

# beykozakademi

DERGİSİ

CİLT 11 - SAYI 01  
YIL 2023



E-ISSN 2651-5393



Cilt: 11 – Sayı: 1 – Yıl: 2023

E-ISSN: 2651-5393

**Derginin Sahibi** : Prof. Dr. Mehmet DURMAN  
**Sorumlu Müdür** : Serpil SÜER  
**Yönetim Yeri** : Beykoz Üniversitesi, Beykoz, İSTANBUL  
**Yayının Türü** : Akademik Hakemli Dergi – Altı ayda bir, Haziran ve Aralık aylarında yayınlanır.  
**Yayının Dili** : Beykoz Akademi Dergisi'nde Türkçe ve İngilizce makalelere yer verilir.

**Yayın Komisyonu:**

Prof. Dr. Baki AKSU (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Bengisu BAYRAK SHAHMIRI (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Gülten KAPTAN (Beykoz Üniversitesi)  
Prof. Dr. Lawrence A. HOWARD (Suny Maritime College, ABD)  
Prof. Dr. Mehmet TANYAŞ (Maltepe Üniversitesi)  
Prof. Dr. Okan TUNA (Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Yılmaz UYGUN (Jacobs University, Almanya)  
Prof. Dr. Selahattin KURU (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)  
Doç. Dr. Dicle YURDAKUL (Altınbaş Üniversitesi, Türkiye)  
Doç. Dr. Ezgi UZEL AYDINOC AK (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)  
Doç. Dr. İbrahim Taylan DÖRTYOL (Akdeniz Üniversitesi, Türkiye)  
Doç. Dr. Olgun KİTAPCI (Akdeniz Üniversitesi, Türkiye)  
Doç. Dr. Üyesi Nevzat Evrim ÖNAL (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)  
Doç. Dr. Üyesi Tutku EKER İŞÇİOĞLU (Piri Reis Üniversitesi, Türkiye)  
Doç. Dr. Erkan YILDIZ (Başkent Üniversitesi, Türkiye)  
Dr. Öğr. Üyesi Nejla KARABULUT (Hanze University, Hollanda)  
Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan BEKAROĞLU (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)

**Editör** : Özgür Burçak GÜR SOY  
**Editör Yardımcısı** : Serhan KARADENİZ  
**Redaksiyon** : Gülnaz TAYFUR

**Dizgi ve Mizanpaj:** Gonca GÜNDOĞDU

**Yazışma Adresi** : Beykoz Üniversitesi  
Vatan Cad. No: 69 Kavacık, Beykoz, İstanbul

**İletişim** : beykozakademi@beykoz.edu.tr - 0216 912 22 52

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden yayınlanamaz.

Beykoz Akademi Dergisi'nde yayınlanan çalışmalarda ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) tavsiyeleri ile COPE (Committee on Publication Ethics)'un öngördüğü Uluslararası Standartlar dikkate alınmaktadır.



Ulakbim TR Dizin'de indekslenmektedir.  
© Tüm hakları saklıdır.



ASOS  
indeks

## **EDİTÖR KURULU**

Prof. Dr. Bengisu BAYRAK  
Prof. Dr. Pınar TINAZ  
Prof. Dr. Muammer Mustafa ERDOĞDU  
Dr. Öğr. Üyesi Behiye BEĞENDİK  
Dr. Öğr. Üyesi Emre ERGÜVEN  
Dr. Öğr. Üyesi Neslihan BALCI VAROL  
Dr. Öğr. Üyesi Onur SESİGÜR  
Dr. Öğr. Üyesi Özgül AKINCI

## **HAKEM KURULU**

Prof. Dr. Ahmet Ercan GEGEZ  
Prof. Dr. Akın MAŞRAP  
Prof. Dr. Ali DEVECİ  
Prof. Dr. Ali GÖRENER  
Prof. Dr. Ali Karun NEMLİOĞLU  
Prof. Dr. A. Zafer ACAR  
Prof. Dr. Ayfer AYDINER BOYLU  
Prof. Dr. Baki AKSU  
Prof. Dr. Banu DURUKAN  
Prof. Dr. Bengisu BAYRAK  
Prof. Dr. Bilge Leyli DEMİREL  
Prof. Dr. Birdoğan BAKİ  
Prof. Dr. Birsen Talay KELEŞOĞLU  
Prof. Dr. Cavide UYARGİL  
Prof. Dr. Çiğdem DÜRÜŞKEN  
Prof. Dr. Çiğdem AYTEKİN  
Prof. Dr. Dilek TEKER  
Prof. Dr. Ebru İÇİGEN  
Prof. Dr. Emine KOYUNCU  
Prof. Dr. Emine Zeynep SUDA  
Prof. Dr. Engin Deniz ERİŞ  
Prof. Dr. Ercan EYÜBOĞLU  
Prof. Dr. Ercan SARIDOĞAN  
Prof. Dr. Erkan SAĞLIK  
Prof. Dr. Evren AYRANCI  
Prof. Dr. Göksel ATAMAN  
Prof. Dr. Hasan Fehmi BAKLACI  
Prof. Dr. Himmet KARADAL  
Prof. Dr. İbrahim PINAR  
Prof. Dr. Kaan Evren BOLGÜN  
Prof. Dr. Kadir DABBAAOĞLU  
Prof. Dr. Kutluk Kağan SÜMER  
Prof. Dr. Mehmet BAŞ

Prof. Dr. Mehmet DALAR  
Prof. Dr. Mehmet TANYAŞ  
Prof. Dr. Meltem ÖZTURAN  
Prof. Dr. Metehan TOLON  
Prof. Dr. Mihalis KUYUCU  
Prof. Dr. Mustafa Burak GÜRBÜZ  
Prof. Dr. Müge ARSLAN  
Prof. Dr. Müjdat ŞAKAR  
Prof. Dr. Nail Özgür ÖZPEYNİRCİ  
Prof. Dr. Necmi Emel DİLMEN  
Prof. Dr. Nuri ÖMÜRBEK  
Prof. Dr. Nüket GÜZ  
Prof. Dr. Okan TUNA  
Prof. Dr. Oylum ALTUNA  
Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU  
Prof. Dr. Ömür Yaşar SAATÇİOĞLU  
Prof. Dr. Pınar Seden MERAL  
Prof. Dr. Pınar SÜRAL ÖZER  
Prof. Dr. Selçuk Nas  
Prof. Dr. Selda BAŞARAN ALAGÖZ  
Prof. Dr. Selim İNANÇLI  
Prof. Dr. Selim ZAIM  
Prof. Dr. Serap İNCAZ  
Prof. Dr. Serdar PİRTİNİ  
Prof. Dr. Sibel ERKAL  
Prof. Dr. Soner ESMER  
Prof. Dr. Uğur YOZGAT  
Prof. Dr. Umut Rifat TUZKAYA  
Prof. Dr. Vural ÇAĞLIYAN  
Prof. Dr. Yaşar Birol SAYGI  
Doç. Dr. Adnan Veysel ERTEMEL  
Doç. Dr. Ahmet DOLUNAY  
Doç. Dr. Ali Özgür KARAGÜLLE  
Doç. Dr. Ali Serdar TAŞAN  
Doç. Dr. Ali SOMEL  
Doç. Dr. Arif SALDANLI  
Doç. Dr. Atif Ahmet EVREN  
Doç. Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK  
Doç. Dr. Aylin ÇALIŞKAN  
Doç. Dr. Başak ERDEM  
Doç. Dr. Begüm ERDİL ŞAHİN  
Doç. Dr. Betül ÖNAY DOĞAN  
Doç. Dr. Bilge ÖZTÜRK GÖKTUNA  
Doç. Dr. Burcu ŞENTÜRK YILDIZ  
Doç. Dr. Bülent HOCA  
Doç. Dr. Bülent İLHAN

Doç. Dr. Ceren ALTUNTAŞ VURAL  
Doç. Dr. Dicle YURDAKUL  
Doç. Dr. Ebru Beyza BAYARÇELİK  
Doç. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY  
Doç. Dr. Efe DUYAN  
Doç. Dr. Emine Eser GEGEZ  
Doç. Dr. Ergün DEMİREL  
Doç. Dr. Erkan YILDIZ  
Doç. Dr. Fatma Özlem GÜZEL  
Doç. Dr. Fatma Nur YORGANCILAR ATATOPRAK  
Doç. Dr. Feyyaz ZEREN  
Doç. Dr. Fulya TAŞEL  
Doç. Dr. Funda KILIÇ  
Doç. Dr. Gül COŞKUN DEĞİRMEN  
Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR  
Doç. Dr. Hakan AYTEKİN  
Doç. Dr. Hatice Yaprak CİVELEK  
Doç. Dr. Hatice YAZGAN  
Doç. Dr. Hayriye ŞENGÜN  
Doç. Dr. İlhan ARAS  
Doç. Dr. İlknur BİLGİN  
Doç. Dr. Kasım KİRACI  
Doç. Dr. Kenan DUMAN  
Doç. Dr. Levent DALYANCI  
Doç. Dr. Levent YILMAZOK  
Doç. Dr. Mehmet YEŞİLYAPRAK  
Doç. Dr. Murat AKKAYA  
Doç. Dr. Mustafa Emre CİVELEK  
Doç. Dr. Müge İRFANOĞLU  
Doç. Dr. Nevin KARABIYIK YERDEN  
Doç. Dr. Nevzat Evrim ÖNAL  
Doç. Dr. Nurettin Ozan BAKIR  
Doç. Dr. Nurhan YEL  
Doç. Dr. Onur OĞUZ  
Doç. Dr. Orhan ŞİMŞEK  
Doç. Dr. Osman Nuri ÖZALP  
Doç. Dr. Ömür Dünya ÇAKMAKLI AKÇA  
Doç. Dr. Özge MEHTAP  
Doç. Dr. Özlem DENLİ  
Doç. Dr. Pelin VARDARLIER  
Doç. Dr. Pınar ACAR  
Doç. Dr. Samet AYDIN  
Doç. Dr. Serpil GERDAN  
Doç. Dr. Simge ÖZER PINARBAŞI  
Doç. Dr. Sinan APAK  
Doç. Dr. Tarık GEDİK

Doç. Dr. Tutku EKER İŞÇİOĞLU  
Doç. Dr. Volkan YILMAZ  
Doç. Dr. Yağmur ÖZYER AKSOY  
Doç. Dr. Zeynep KOÇER  
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet BAŞÇI  
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ERKASAP  
Dr. Öğr. Üyesi Ahu SAMAV UĞURSOY  
Dr. Öğr. Üyesi Akansel YALÇINKAYA  
Dr. Öğr. Üyesi Aksoy YAVAŞ  
Dr. Öğr. Üyesi Alev ÖZER TORGALÖZ  
Dr. Öğr. Üyesi Alphan BİRELMA  
Dr. Öğr. Üyesi Anıl SAYAN  
Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan BEKAROĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi Atiye TÜMENBATUR  
Dr. Öğr. Üyesi Aynur ACER  
Dr. Öğr. Üyesi Aysun VARAN  
Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Nuriye BAYRAKTAR  
Dr. Öğr. Üyesi Başak DEĞERLİ  
Dr. Öğr. Üyesi Başak DOĞAN  
Dr. Öğr. Üyesi Behiye BEĞENDİK  
Dr. Öğr. Üyesi Beste Gökçe PARSEHYAN  
Dr. Öğr. Üyesi Biray KOÇAK  
Dr. Öğr. Üyesi Burak ÇAKALOZ  
Dr. Öğr. Üyesi Burak LEBLEBİCİOĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi Burak Nedim AKTAŞ  
Dr. Öğr. Üyesi Burcu GÜVEN  
Dr. Öğr. Üyesi Canan TİFTİK  
Dr. Öğr. Üyesi Celil DURDAĞ  
Dr. Öğr. Üyesi Cihan TINAZTEPE  
Dr. Öğr. Üyesi Deniz ARZUK  
Dr. Öğr. Üyesi Diren BULUT  
Dr. Öğr. Üyesi Elvin DİNLER KISAÇTUTAN  
Dr. Öğr. Üyesi Emre ÇAKMAK  
Dr. Öğr. Üyesi Emre ERGÜVEN  
Dr. Öğr. Üyesi Emre SAYGIN  
Dr. Öğr. Üyesi Erdal AYDIN  
Dr. Öğr. Üyesi Erol SAĞLAM  
Dr. Öğr. Üyesi Esra SERDAR TEKELİ  
Dr. Öğr. Üyesi Ezgi Merdin UYGUR  
Dr. Öğr. Üyesi Fatma DEMİRCAN KESKİN  
Dr. Öğr. Üyesi Filiz DAŞKIRAN  
Dr. Öğr. Üyesi Füsün Deniz ÖZDEN  
Dr. Öğr. Üyesi Göksel BASMACI  
Dr. Öğr. Üyesi Gözde SEZEN GÜLTEKİN  
Dr. Öğr. Üyesi Gülen SÖNMEZ  
Dr. Öğr. Üyesi Gülşah TAŞÇI

Dr. Öğr. Üyesi Güray TEZER  
Dr. Öğr. Üyesi Handan NOYAN  
Dr. Öğr. Üyesi Hande Begüm BUMİN DOYDUK  
Dr. Öğr. Üyesi Hakkı BAŞGÜNEY  
Dr. Öğr. Üyesi Hazar DÖRDÜNCÜ  
Dr. Öğr. Üyesi Hüsniye FIRAT  
Dr. Öğr. Üyesi İmren BORSUK  
Dr. Öğr. Üyesi İrfan AKYÜZ  
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Erim GÜLAÇTI  
Dr. Öğr. Üyesi Kaan KOÇALI  
Dr. Öğr. Üyesi Kenan İLARSLAN  
Dr. Öğr. Üyesi Lokman KANTAR  
Dr. Öğr. Üyesi Mahmut Suat DELİBALTA  
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet NUHOĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Baskın YENİCİOĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi Melih YEŞİLBAĞ  
Dr. Öğr. Üyesi Melis KAYTAZ YİĞİT  
Dr. Öğr. Üyesi Murat Düzgün  
Dr. Öğr. Üyesi Mücahit Haydar ŞİŞLİOĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi Nagehan UCA  
Dr. Öğr. Üyesi Narman KUZUCU  
Dr. Öğr. Üyesi Necla DALBAY  
Dr. Öğr. Üyesi Nejla KARABULUT  
Dr. Öğr. Üyesi Nesli ÇANKIRI  
Dr. Öğr. Üyesi Neslişah BAŞARAN  
Dr. Öğr. Üyesi Nilnur TANDAÇGÜNEŞ KAHRAMAN  
Dr. Öğr. Üyesi Nigar Çağla MUTLUCAN  
Dr. Öğr. Üyesi Oktay ÇETİN  
Dr. Öğr. Üyesi Onur SESİGÜR  
Dr. Öğr. Üyesi Osman SAVAŞKAN  
Dr. Öğr. Üyesi Özge SIĞIRCI  
Dr. Öğr. Üyesi Özlem ATAN TARLACI  
Dr. Öğr. Üyesi Özlem SANRI  
Dr. Öğr. Üyesi Pervin ERSOY ATAÇ  
Dr. Öğr. Üyesi Petek AKMAN ÖZDEMİR  
Dr. Öğr. Üyesi Pınar DENİZ  
Dr. Öğr. Üyesi Pınar SAYAN  
Dr. Öğr. Üyesi Rabia AKTAŞ ŞENKARDEŞLER  
Dr. Öğr. Üyesi Reyhan BAHAR  
Dr. Öğr. Üyesi Reyhan Selin UYSAL AFACAN  
Dr. Öğr. Üyesi Saadet ÇETİNKAYA  
Dr. Öğr. Üyesi Seda GÖKDEMİR EKİCİ  
Dr. Öğr. Üyesi Seher ŞEN  
Dr. Öğr. Üyesi Serim PAKER  
Dr. Öğr. Üyesi Serpil KUZUCU  
Dr. Öğr. Üyesi Seval ÜNLÜ

Dr. Öğr. Üyesi Sevinç GÖKTEPE  
Dr. Öğr. Üyesi Sibel BİLKAY  
Dr. Öğr. Üyesi Simin GERÇEK  
Dr. Öğr. Üyesi Sündüz DAĞ  
Dr. Öğr. Üyesi Şafak Ümit DENİZ  
Dr. Öğr. Üyesi Şahika Burçin EMİROĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi Tuba DEMİRCİ  
Dr. Öğr. Üyesi Ulaş KARAKOÇ  
Dr. Öğr. Üyesi Ü. Ceren ÜNLÜ  
Dr. Öğr. Üyesi Yalçın ÖZKAN  
Dr. Öğr. Üyesi Yasin AKSOY  
Dr. Öğr. Üyesi Yunus KAYMAZ  
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep GÜVEN AYDIN  
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Feride OLCAY  
Öğr. Gör. Dr. Bilge VİLLİ

# içindekiler

01

## **French Impact On Turkish Foreign Policy Since 2012**

*2012'Den İtibaren Türk Dış Politikasında Fransız Etkisi*

Emre KALAY

(Araştırma Makalesi)

16

## **Plaklardan Sokaklara Müzik Ve Politik İletişim: 1965 Seçiminin Propagandasında Yarının Şarkısı**

*Music And Political Communication From Vinyls To Streets: Yarının Şarkısı In The Propaganda Of The 1965 Parliamentary Election In Turkey*

Erdiç KAYGUSUZ

(Araştırma Makalesi)

36

## **Aşırı Nitelikliliğin İnovatif Davranış Üzerindeki Etkisinde Tekno-Stresin Moderatör Etkisi: Akademisyenler Üzerinde Bir Uygulama**

*Moderator Effect Of Technostress On The Effect Of Overqualification On Innovative Behavior: An Application On Academicians*

Hilal TANYILDIZI, Elif HABİP

(Araştırma Makalesi)

51

## **Küresel İnovasyon Endeksi Verilerine Göre Türk Devletleri Teşkilatına Üye Ülkelerin İnovasyon Performanslarının Analizi**

*Analysis Of The Innovation Performances Of The Member Countries Of The Turkish States Organization According To The Global Innovation Index Data*

Mehmet KARAHAN, Solunay DURAN

(Araştırma Makalesi)

71

## **II. Dünya Savaşı Yıllarından Günümüze İnsanlığın Yıllardır Değişmeyen Sorunu 'Gıda Krizi'ne Ün Dergisinden Bakmak**

*Looking At The 'Food Crisis', The Unchanging Problem Of Humanity For Years From The World War II To The Present, From The Journal Of Ün*

Mustafa GÖKMEN, Süleyman Hakan YILMAZ

(Araştırma Makalesi)

98

## **Evlü Bireylerin Evlilik Kalitesi, Finansal Refah ve Öznel Refahları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**

*Examination Of The Relationship Between Marital Quality, Financial Well-Being, And Subjective Well-Being Of Married Individuals*

Melike AKTAŞ ÖZDEMİR, Zeynep ÇOPUR

(Araştırma Makalesi)

# beykozakademi

115

## Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketicilerin Satın Alma Tutumlarına Etkisi: Kuşaklar Arası Farklılıklara Yönelik Bir Çalışma

*The Effect Of Social Media Marketing On The Purchase Attitudes Of Consumers: A Study On Intergenerational Differences*

Altuğ Caner KARA, Aysun VARAN

(Araştırma Makalesi)

141

## The Implementation And Long-Term Sustainability Of High-Performance Work Systems: A Literature Review

*Yüksek Performanslı İş Sistemlerinin Uygulanması ve Sürdürülebilirliği: Literatür İncelemesi*

Burak Nedim AKTAŞ

(İnceleme Makalesi)

161

## İnsan Kaynakları Rollerinin Örgüt Kültürüne Etkisi

*The Effect Of Human Resources Roles On Organizational Culture*

Zekiye ERDUYGUN, Pınar TINAZ

(Araştırma Makalesi)

184

## Fiyat Algısı: İndirimli Lüks Ürünlerde Satın Alma Niyeti Üzerine Bir Araştırma

*Price Perception: A Research On Intent To Purchase On Discounted Luxurious Goods*

Didem GEZMİŞOĞLU ŞEN, Gonca TELLİ

(Araştırma Makalesi)

198

## Türkiye Lojistik Sektöründe İş Sağlığı Ve Güvenliğinin Önemi: İş Kazası ve İstihdam Verileri Üzerine Bir Değerlendirme

*The Importance Of Occupational Health And Safety in Turkish Logistics Sector: An Evaluation On Occupational Accidents And Employment Data*

Ömer CENGİZ, İsmail AKŞİT

(Araştırma Makalesi)

216

## A Content Analysis Of Internal Audit Reports Published By The World Food Programme (Wfp)

*Dünya Gıda Programı (Wfp) Tarafından Yayınlanan İç Denetim Raporlarına Dair Bir İçerik Analizi*

Sezin AÇIK TAŞAR

(Araştırma Makalesi)



# beykozakademi

233

## Analysis Of Work Accidents In Market Chain Activities

*Zincir Market Faaliyetlerinde Meydana Gelen İş Kazalarının İncelenmesi*

Tufan ÖZTÜRK

(Araştırma Makalesi)

248

## Yeşil Lojistiğin E- İhracattaki Yeri Ve Önemi

*The Place And Importance Of Green Logistics In E-Commerce*

Mehmet YEŞİLYAPRAK

(İnceleme Makalesi)

266

## Türkiye'deki Üniversitelerde Çalışılmış Olan Sansür Konulu Lisansüstü Tezler Üzerine Bir Değerlendirme (1990-2020)

*Evaluation On Postgraduate Thesis About Censorship Studied in Universities Of Turkey (1990-2020)*

Deniz GÜNER

(Araştırma Makalesi)

289

## Explaining The Rise Of Alternative Für Deutschland (Afd) In Germany With Failed Promises Of Unification

*Birleşmenin Gerçekleşmemiş Vaatleri Üzerinden Afd'nin (Alternative Für Deutschland) Almanya'daki Yükselişini Açıklamak*

Fatih Çağatay CENGİZ

(İnceleme Makalesi)

304

## Kişilik Özellikleri, Kişi-Grup Uyumu Ve Görev Performansı İlişkisi: Kavramsal Bir Değerlendirme

*PERSONAL CHARACTERISTICS, PERSON-GROUP FIT AND TASK PERFORMANCE RELATIONSHIP: A CONCEPTUAL EVALUATION*

Fulya GÜNGÖR, Tamer BOLAT

(İnceleme Makalesi)

327

## Film Afişlerinde Yer Alan Gastronomik Öğelerin İncelenmesi

*An Investigation Of Gastronomic Elements in Movie Posters*

Gencay SAATCI SAVSA, Ezgi Can UŞAK

(Araştırma Makalesi)

# beykozakademi

348

**Endüstri 4.0 İle Katmanlı Üretim Bütünleşmesini Kolaylaştıran Faktörlerin Yorumlayıcı Yapısal Modelleme İle Analizi**

*Analysis Of Factors Facilitating The Integration Of Additive Manufacturing And Industry 4.0 With Interpretive Structural Modeling*

**Yeşim CAN SAĞLAM**

(Araştırma Makalesi)

368

**Covid-19 Pandemi Dönemi, Öncesi Ve Sonrasında Konteyner Limanlarının Performanslarının Comet Ve Ahp Yöntemleriyle Küresel Ölçekte Değerlendirmesi**

*Global Assessments Of Container Port Performances By Comet And Ahp Methods Before, During And After The Covid-19 Pandemic Period*

**Haydar Mücahit ŞİŞLİOĞLU**

(Araştırma Makalesi)

393

**Evaluation Of Child-Friendly Hotel: The Case Of Side District**

*Çocuk Dostu Otel Değerlendirmesi: Side Bölgesi Örneği*

**Mehmet SAĞIR, Ayşegül GÜDÜL**

(Araştırma Makalesi)

407

**Gıda Perakendeciliğinde Fijital Pazarlama Uygulamaları Kullanım İ Steği Üzerine Bir Araştırma: Amazon Go Örneği**

*A Research On Intention To Use Phygital Marketing Applications in Food Retail Industry: Amazon Go Case*

**Aslıhan BEKAROĞLU ÖZATAR**

(Araştırma Makalesi)

## FRENCH IMPACT ON TURKISH FOREIGN POLICY SINCE 2012

Emre KALAY<sup>1</sup>

### Abstract

Türkiye and France have had good relations since 1921. But interests of Türkiye and France do not mostly align and does even conflict in many cases since 2012. Even that France is at the very center of many problematic issues that Türkiye has to deal with. The two parties are on the opposite sides of each of many foreign policy issues -namely relations in the EU framework, the events of 1915, Mediterranean, Syrian question, possession of influence in Africa and the positions in the Caucasians- and Türkiye has to cope with French foreign policy to achieve its aims because France as a great power can not be disregarded easily for its capability to affect the course of events. The competition in foreign policy between two countries can be interpreted in terms of status quoism and revisionism. In some policy areas France is a status quo state while Türkiye is a revisionist and in some other areas, the roles are exchanged. This study aims to reveal the positions of two sides in the selected policy areas and display the challenging impact of France in Turkish Foreign Policy by using case study approach.

**Keywords:** France, Türkiye, Turkish Foreign Policy, status quoism, revisionism

**JEL Classification:** F50, F51, F52

## 2012' DEN İTİBAREN TÜRK DIŞ POLİTİKASINDA FRANSIZ ETKİSİ

### Öz

Türkiye ve Fransa 1921' den beri iyi ilişkilere sahip olmuştur fakat Türkiye ve Fransa' nın çıkarları her zaman uyuşmamakta hatta 2012' den beri pek çok konuda çatışmaktadır. Hatta Fransa, Türkiye' nin uğraşmak durumunda olduğu pek çok problemlili konunun merkezinde yer almaktadır. Avrupa Birliği çerçevesinde ilişkiler, 1915 Olayları, Akdeniz, Suriye meselesi, Afrika' da nüfuz elde etme ve Kafkaslar' daki pozisyonlar gibi pek çok dış politika meselesinde iki taraf sorunun karşı taraflarında yer almakta ve Türkiye, büyük bir güç olarak Fransa' nın olayların seyrini değiştirebilme kabiliyeti nedeniyle kolayca görmezden gelemeyeceği için Fransız dış politikası ile mücadele etmek durumunda kalmaktadır. İki ülke arasındaki bu dış politika yarışı statükoculuk ve revizyonizm kavramları ile yorumlanabilir. Bazı politika alanlarında Fransa statükocu iken Türkiye revizyonist olmakta, bazı diğer alanlarda roller değişebilmektedir. Bu çalışma vaka analizi yaklaşımı ile iki tarafın seçilen politika alanlarındaki pozisyonlarını ortaya koyma ve Türk Dış Politikası' ndaki Fransa' nın zorlayıcı etkisini gösterme amacındadır.

**Anahtar kelimeler:** Fransa, Türkiye, Türk Dış Politikası, Statükoculuk, Revizyonculuk

**JEL Sınıflandırması:** F50, F51, F52

---

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Trakya Üniversitesi, [emrekalay@trakya.edu.tr](mailto:emrekalay@trakya.edu.tr) , ORCID: 0000-0002-5068-0791

## 1. Introduction

Türkiye<sup>2</sup> and France has had good relations since 1921. The signing of the Treaty of Ankara (or Franklin-Bouillon Agreement) in 1921 ushered in a new era of relations between the two countries. Moreover, Türkiye signed the alliance treaty with Britain and France in October 1939 right before World War II. After the war both France and Türkiye were in the Western Bloc. They both were members of the Organization for European Economic Co-operation. Türkiye joined the Council of Europe in 1949 and North Atlantic Treaty Organization in 1952 and applied for membership to the European Economic Community of which France was one of the founders. Today France is one of the most important members of the European Union to which Türkiye became a part of the customs union in 1996 and a candidate country in 1999. And as for today, according to the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Türkiye, based on the presence of more than 650 thousand Turks in France and their long-standing relationship, France is a significant economic and trading partner as well as one of Türkiye's top allies (Ministry of Foreign Affairs of Republic Türkiye a). And French Ministry for Europe and Foreign Affairs states about Turkey that converging views on a number of significant international issues and close bilateral cooperation in the fight against terrorism and in economic affairs (within the framework of the JETCO - Joint Economic and Trade Committee) have been major factors in the strengthening of bilateral dialogue since 2012 (French Ministry for Europe and Foreign Affairs a). Indeed two developments in 2012 made it significant year for bilateral relations between two countries. First one was the transfer of French presidency by elections from Nicolas Sarkozy to François Hollande. Second one was the French Senate's adoption of a law titled "The Law to punish the Denial of the Existence of Genocides Recognized as such by the Law" on 23 January 2012.

More information in line with what has been told until here can be augmented and that would picture a panorama where two countries had close friendly ties. But this also could be deceiving. What the diplomats avoid saying is that the interests of Türkiye and France do not mostly align and do even conflict in many cases. Even that France is at the very center of many problematic issues that Türkiye has to deal with. Adding some exaggeration, it can be said that France is both a friend and a foe to Turkey; a friend for being "*an important trade and economic partner*" and a foe for restraining Türkiye reach its foreign policy goals.

---

<sup>2</sup> The country name "Türkiye" replaced "Turkey" at the UN at the request of Türkiye in 2022.

This study aims to display the problematic interactions between France and Türkiye and support the hypothesis that France has a much more challenging impact on Türkiye's s foreign policy than it is paid attention to and is among the primary adversaries that Türkiye has to compete with to realize its interests.

## 2. Methodology

A hint was given in the previous paragraph about the methodology of the study. Examining the interests of Türkiye and France in more than one case demands case-study approach. So six cases -being in order: relations in the EU framework, the events of 1915, Mediterranean question, Syrian question, possession of influence in Africa and positions in the Caucasians- were selected to this end. Two countries' positions in those cases in terms of status quoist and revisionist on the mentioned cases are going to be pictured to determine whether the two countries' policies align or conflict. If both sides are status quoist in one policy are it means that they are both satisfied with the current situation and therefore their policies align. If one is status quoist while the other one is revisionist this means conflict. If both sides are revisionists than it can be tricky because two parties' revisionist policies may differ and it can mean conflict again. According to this formulation the study should come to a conclusion where there is not any case that both Türkiye and France are status quoist or their revisionist policies are in the same direction.

## 3. The basis of incongruity

As mentioned above foreign policies of the two states contradict many grave areas. There are key concepts in international relations that can help us to clarify the reason why the two states contend with each other: revisionism and status quosim.

Revisionism, as it is commonly used in international relations literature, is willing to change the prevalent international order while status quosim is preserving the established order (Oran, 2001, 46). In other words, "*revisionists seek to change the way things are in international politics, status-quo seekers strive to preserve things as they are*" (Davidson, 2006, 1). In this study, revisionism is going to be referred as being willing to make changes in international politics and status quoism as being willing to maintain the established order whether it is fair, lawful, illicit, or not.

In *Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar Cilt II: 1980-2001* (Turkish Foreign Policy: Events, Documents, Comments from the War of Independence to Present), one of the major course books of international relations programs

in almost all Turkish universities, status quoism is presented as one of the two pillars of Turkish foreign policy (the other one is Westernism) (Oran, 2001, 46). In this study main arguments are going to be built on the idea that Türkiye is revisionist in some policy areas against France. But it does not mean this study is challenging the rooted view because the concepts status quosim and revisionism can be elusive. Further, in the mentioned book Türkiye's status quoism is elaborated as maintaining the existing borders and balances. Maintaining the existing borders means being satisfied with the existing borders and not being willing to make any changes. Maintaining the existing balances means ensuring and/or sustaining balances in the framework of established order (Oran, 2001, 46-49). This study does not disaffirm this view and only aims to manifest that the bilateral relations of Türkiye and France comprise of antagonism besides cooperation and when it comes to certain major policy areas Türkiye takes a revisionist stance and France a status quoist and vice versa. It means that while one state strives to defend and/or maintain the status quo, the other one endeavors to change the existing situation.

Davidson infers that “*rising states tend toward revisionism and declining states tend toward status-quo seeking*” (2006, 1). As mentioned above in the framework of Türkiye- France relations, for most policy areas- like Africa or the Mediterranean- France's stance is status quoist while Türkiye seems revisionist. Does that mean France is a declining state and Türkiye is one that rises? The answer to that question is not intended to be given in this study. And Davidson's postulate may not be necessarily valid through this study as it is going to strive to display that in some policy areas France is status quo state while Türkiye is revisionist and in some other areas the roles are exchanged.

#### **4. What Türkiye wants**

Before looking over the mentioned cases, a little perspective on the Turkish foreign policy may be fruitful.

Baskın Oran defines medium power/middle power which he considers Türkiye to be one, as a state that affects the international system marginally but can influence regional policy – especially small neighbors-, but more importantly can resist coercion from great powers, bargain with them and even emperce their behaviors by utilizing the conjuncture (2003, 30). Indeed, in different periods of its history Türkiye's foreign policy was determined in parallel with its capabilities. So what Türkiye wants is what it can do; it wants to influence regional policy and wants to resist coercion from great powers as long as it is possible.

This is also true that it wants to influence small neighbors; but the phrase should be modified to "destabilized neighbors". Türkiye wants to have control over and change the course of events occurring in destabilized regions near its borders. That is why Türkiye has conducted military operations in northern Iraq and Syria, gets involved in the Nagorno-Karabakh conflict, and strives to be active in the Mediterranean and Libya.

### **5. French Impediment on Türkiye's Path to EU**

Türkiye's efforts to engage the European integration began with its application to European Economic Community in 1959 and carried on with Ankara Agreement, "Agreement creating an association between the European Economic Community (EEC) and Turkey" in 1963. In 1995 Customs Union between European Union (EU) and Türkiye was established and became effective as of January 1<sup>st</sup> of 1996. And 36 years later from Ankara Agreement Türkiye was granted candidate status to European Union in 1999. Accession negotiations have begun in 2005 and have not concluded yet as of 2022 (furthermore it is not expected to be concluded soon).

Although recently Türkiye seems to stray away from the EU path and as some MEPs of the European Parliament put in 2021 EU-Turkey relations are at a historic low point, the EU is still among Türkiye's foreign policy priorities. And French Ministry for Europe and Foreign Affairs' website declares that "*France supports Turkey's rapprochement with Europe through its bilateral cooperation (cf. France-Turkey relations) and its involvement in projects financed with Community financial assistance: technical assistance, institutional twinings between French and Turkish administrations, involvement of French organizations in projects concerning civil society*" (French Ministry for Europe and Foreign Affairs b). But this always has been not the case. Shortly after the negotiations started Türkiye faced continuous vetoes blocking chapters both with regard to their openings and their provisional closures that came from a different member but mostly from Cyprus and France (Müftüler-Baç and Cicek, 2016, 10). Based on its belief that "opening these chapters would prejudice the conclusion of discussions concerning accession", France opposed the opening of 5 Chapters between 2007 and 2013, varying from economics and financial affairs to regional policy. Similarly to this, Nicolas Sarkozy argued in 2007 that a "Union for the Mediterranean" may be a better approach for Türkiye's relations with the EU than full membership because Türkiye's participation in this Union would be significant (Müftüler-Baç, 2016, 98-99). France's attitude towards Türkiye was put to use as negative propaganda by The Anti-EU fractions in Türkiye and made Turks lose their trust in the EU (Baykal and Arat, 2013, 373).

It was in 2013 when France lifted its veto on “Regional policy”, which had no opening benchmarks (Müftüler-Baç and Cicek, 2016, 189). And in the context of the refugee “agreement”, two negotiation chapters (Chapters 17 and 33) that France had previously vetoed were opened in 2015 and 2016 (Lippert, 2021, 284).

Which one was status quoist and which one was revisionist in this process? Obviously, France was the status quoist against Türkiye. Bearing in mind that the EU is not static as it experienced and is still experiencing many phases of widening and deepening, how can we introduce France as status quoist in such a vicissitudinous structure?

What makes France status quoist, in this case, is its effort –blocking negotiation chapters- to keep EU Türkiye-free. There may be a raft of reasons behind France’s Türkiye-free EU policy, ranging from a negative image of Türkiye among the people to the reluctance to make changes that would be made in EU policy-making and decision-taking processes if Türkiye was ever to become a member. These several reasons led French administrations to make an effort to keep Türkiye out of EU enlargement while Türkiye was striving for membership. In sum, France was defending the status quo: EU without Türkiye.

## 6. Meds Yeghern?

As it is in the title, the year 2012 was selected obviously for a reason. As like mentioned above French Ministry for Europe and Foreign Affairs propounds that *bilateral dialogue* (between France and Türkiye) *has strengthened since 2012*. That means 2012 can be perceived as a breaking point for the bilateral relations between the two countries.

On 23 January 2012 French Senate adopted a law titled “The Law to punish the Denial of the Existence of Genocides Recognized as such by the Law (Loi visant à réprimer la contestation de l’existence des génocides reconnus par la loi)”. Although President Sarkozy and the proposer of the law Valerie Boyer made efforts to explain the law does not target Türkiye, the press and media insistently referred to the law as The Law Punishing the Denial of the Armenian Genocide (Loi pénalisant la contestation du génocide arménien) (Yakış, 2012, 289-290). The press and media were partly true because there was another bill that was adopted in 2001 composed of one sentence "France recognizes the Armenian genocide of 1915" (Yakış, 2012, 303). Türkiye considers the allegations of genocide a threat to its national honor.



When the Lower House of Parliament of France approved the bill in the last month of 2011, Türkiye suspended military, economic and political ties and briefly recalled its ambassador (Willsher and Jones, 2012) and then Prime Minister Recep Tayyip Erdoğan enunciated France perpetrated “genocide” during the war against Algerian independence in the 1950s and 1960s (CNN, 2012). The law was taken to France’s Constitutional Council in 2012 and The Council concluded that the measure, which would have subjected genocide deniers to a 45,000-euro fine, a year in prison, or both, violated the norms of free speech (Vinocur and Hemming, 2012). On 22 December 2016 French Parliament adopted an amendment to the Law on Equality and Citizenship that expands the scope of the law to criminalize the denial of genocides in the absence of a court decision. In cohesion with its previous decisions, The Constitutional Council of France annulled the relevant amendment on the basis that the relevant Article violated the right to freedom of expression and was in breach of the French Constitution (Ministry of Foreign Affairs of Türkiye b). Yet this did not stop France from holding national day of commemoration of the Armenian genocide for the first time 2019.

The Events of 1915 are one of the main issues that Türkiye has to deal with. Obviously, Türkiye does not desire to be labeled as a genocide perpetrator. Turkish diplomats do overtime every year as 24 April approaches. Is the president of the USA going to use the term genocide or meds yeghern? It is a big deal that Türkiye faces every year. Türkiye’s stance is it *“does not deny the suffering of Armenians, including the loss of many innocent lives, during the First World War. However, greater numbers of Turks died or were killed in the years leading to and during the War. Without belittling the tragic consequences for any group, Türkiye objects to the one-sided presentation of this tragedy as a genocide by one group against another.”* (Ministry of Foreign Affairs of Türkiye c). So this is noted as another issue that the two sides confront. Türkiye is status quoist in terms of this issue. Many countries are recognizing The Events of 1915 as genocide but there is no global consensus on accusing Türkiye of perpetrating genocide and clearly, Türkiye wants this situation unchanged.

## **7. Brawl in the Mediterranean**

As known, there has been a list of disputes between Türkiye and Greece in the Aegean Sea, and on top of that, the Cyprus issue remains unsolved. When hydrocarbon reserves were discovered in the Mediterranean in the early 2000s, a new chapter of the dispute was added to Turkish-Greek conflicts. Soon the Mediterranean dispute amplified and became multilateral. This day all littoral states and some foreign players are parties to this conflict.

There are two key factors of the brawl in the Mediterranean. One is the situation on Cyprus Island and the other one is the delamination of maritime boundaries. There are two states on Cyprus Island. Republic of Cyprus (RoC), or as Türkiye sees it Greek Administration of Southern Cyprus (GASC), enjoys international recognition while the other state Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC) lacks it. Considering itself the only legitimate entity, RoC set out to sign agreements on exclusive economic zones (EEZ) with littoral states. The first of these agreements was the one with Egypt in 2003. Then came the agreement with Lebanon in 2007 and with Israel in 2010. Based upon these agreements which Türkiye contested, RoC gave licenses for the exploration of hydrocarbon resources to many international corporations including the French energy giant TOTAL. Meantime Türkiye made its moves and signed an agreement delineating a part of Türkiye's and the TRNC's continental shelves in the Eastern Mediterranean in 2011. Shortly after the agreement, TRNC gave licenses for the exploration and exploitation of oil and gas reserves around the Island to the Turkish Petroleum Corporation. After that, many incidents occurred in the Mediterranean where Turkish naval forces and other states' ships faced off. Soon *the struggle for influence over the Eastern Mediterranean* started to dwell *at the core of Franco-Turkish tensions* (Jabbour, 2022, 127). France's strong support for Greece and Cyprus's claims frustrated Türkiye. France did not settle only for verbal support. *France sold Rafale fighter jets to Greece, dispatched the Charles de Gaulle nuclear-powered aircraft carrier to the Eastern Mediterranean, and participated in joint military exercises with Nicosia and Athens* (Jabbour, 2022, 128).

As Örmeci puts it, one of Macron's policies towards the East Mediterranean is counterbalancing Türkiye, *by establishing close relations with the Republic of Cyprus, Greece, and Israel and protecting the interests of French energy giant TOTAL.* (2021, 103). Thus France did not hesitate to join the *coalition between Israel-RoC-Greece-Egypt which is a prominent counter to Turkey and the TRNC* (2022, 213). This coalition, joined by Italy, Jordan, and Palestine established the Eastern Mediterranean Gas Forum (EMGF). The formation of EMGF displayed the intention to exclude Türkiye and TRNC from the Mediterranean energy question.

What to say about Türkiye-France relations in the Mediterranean in terms of revisionism and status quoism? Jabbour gives a concentrated answer: *The Turkish-French standoff is, therefore, at its core, a power rivalry between a traditional, well-entrenched power in the Mediterranean – France – and an emergent middle power that acts as a contender and*

*challenger to the old regional order. In this sense, the Turkish-French confrontation is to be placed in the framework of the global power shift and the rise of middle powers who take a revisionist stand towards the status quo ante by questioning the European-centric order* (Jabbour, 2021, 2).

## **8. Conflicting Positions In Syria**

Since the Arab Spring spilled over Syria, demonstrations against the Assad regime began in 2011. Soon the situation transformed into a multi-sided turmoil throughout the country where many power focals -like Free Syrian Army, Syrian Democratic Forces, al-Nusra Front, and Islamic State- claiming legitimacy emerged. External actors -two of them being Türkiye and France- also got involved in the Syrian civil war.

Turkish administration had good ties with the Assad regime before Arab Spring but this did not last long after the demonstrations began. Even Turkish President Erdogan who had close ties to Assad before Arab Spring started to call Assad a killer/murderer.

As the Assad regime lost control over some regions in Syria, the vacuum was filled by diverse actors. External actors backed these diverse internal actors in line with their Syrian policies. The involvement of other countries in the Syrian civil war by giving support to different groups stirred up people to call it a proxy war. Generally speaking Russia and Iran gave support to the Assad regime; the US, UK, and France provided support for the Syrian Democratic Forces (SDF) as they perceive them as “moderate” rebel groups (BBC, 2022). Türkiye backed the formerly Free Syrian Army (FSA) -now the Syrian National Army (SNA)-. This is where Türkiye and France came across again.

SDF is dominated by the Kurdish People’s Protection Units (YPG) which has links to PKK (Wilgenburg, 2020). PKK is a terrorist organization responsible for thousands of deaths in Türkiye. Its separatist goals are unacceptable so any development that can lead to its empowerment has been and is being watched closely by Türkiye. So the empowerment of SDF in Syrian regions near the Türkiye border is a major concern and Türkiye tries to block the advancement of the SDF. In this context, France's support of SDF is perceived as a hostile stance against Türkiye's integrity. PYD/YPG is a national security threat to Türkiye but *France has established direct contacts with these groups mainly because it views them as an asset and a partner in the fight against ISIS* (Jabbour, 2022, 132). As the cliché goes, “one man's terrorist is another man's freedom fighter”.

Türkiye not only backed opposition groups but also conducted military operations in Syrian regions near its border. With Operation Euphrates Shield in 2016, Operation Olive Branch in 2018, and Operation Peace Spring in 2019, Türkiye eliminated most of IS and YPG-PKK threats. And as of 2022 Türkiye's position against the Assad regime began to alter. In October Turkish President Erdoğan stated that he can meet Assad when the right time comes (Reuters, 2022). France's stance is unlike that. From the French point of view, the administration of Bashar Al-Assad has repeatedly violated the most basic rights, some of which may qualify as war crimes and crimes against humanity and France has pledged to make sure that those responsible for these murders are brought to justice (French Ministry for Europe and Foreign Affairs c).

Although Türkiye's stance towards the Assad regime seems to be changed Türkiye's status quoist policy towards Syria remains intact. Türkiye does not wish to see a dismembered Syria as it can lead to a Kurdish state which could affect the separatist elements in Türkiye. An integrated and consolidated Syria means stability in the region and a front against separatists, needless to mention the negative effects of illegal migration. At first, Türkiye reckoned a new Syria without Assad but the developments since 2011 showed that it may not be real and Assad may not be gone. An integrated Syria with Assad is considered more favorable than a severed Syria without Assad because the latter may have the potential to materialize Türkiye's fear of disruption that can stem from a Kurdish state in the region. In sum from Türkiye's point of view status quo of the territorial integrity of Syria is desirable for it leaves no space for Kurdish separatists.

## **9. Scramble for Africa**

In brief "scramble for Africa" refers to the struggle between European powers for the colonization of Africa in the last quarter of 1800s. In todays, people talk about the "new scramble for Africa". Since the age of colonialism passed into history, the new scramble is different than the old one. The new scramble of Africa is about establishing political, diplomatic, and economic ties with African countries and gaining influence over them. Türkiye embarked on that mission in the early 2000s and once again, like the other political issues mentioned above, came across France which has strong ties and influence over some African countries like Algeria, Senegal, Mali, and Niger because of the colonial past. Some indicators display that this trend can shift. Results of 2021 Africaleads survey point to France's decline in popularity while Türkiye and the Gulf countries are on the rise (Marbot, Toulemonde, 2021).

Turkish efforts to take on a larger role in an area that has traditionally been under French influence have recently accelerated in the French-Turkish rivalry in the Sahel (Grigoriadis, Fusiek, 2022, 5). Türkiye's engagement with African countries which are parts of *Françafrique* is not welcomed by France.

Türkiye strives to establish diverse ties throughout the African continent. Numerous bilateral economic, diplomatic, and military agreements were signed between Türkiye and African countries. Türkiye's initiatives towards Niger are significant for the Türkiye-France competition in Africa. Türkiye was not confined to signing economic and defense agreements in 2021 but also Türkiye's *entrance into Niger's mining industry had a serious impact on Turkey-French competition in the economic area* (Örmeci and Yılmaz, 2022, 104). Türkiye's growing export to Algeria is another challenge for France because France is the second largest exporter to Algeria and Türkiye is moving towards being one of Algeria's top foreign investors (Tanchum, 2020). Another country that Türkiye takes the initiative to establish good relations with is Mali which is deemed to be under the French sphere of influence. Türkiye also managed to maintain good relations and sign agreements with Somalia, Ethiopia, and Sudan in recent years.

Another aspect of Türkiye's African orientation includes drones. Drones were also employed by Türkiye to create important facets of its African policy. With what is called "drone diplomacy", Türkiye has improved high-level ties with Morocco and Ethiopia; two nations in which Türkiye has significant economic and geopolitical interests (Borsari, 2022).

So it is clear Türkiye is revisionist in Africa. France relies on its strong historical, cultural, economic, and military ties with African countries which used to be former colonies. On the other hand, Türkiye is taking bold steps and making serious efforts to exert its influence using anti-colonial discourse. While France is endeavoring to retain its ties strong as a status quoist, Türkiye is striving to make room for itself challenging France's strong position in Africa.

#### **10. What about Caucasians?**

Caucasians is another region where Türkiye's and France's aspects do not align. 2020 Nagorno-Karabakh War unearthed the rupture of Turkish and French policies in Caucasians and became a backdrop to competition.

Nagorno-Karabakh conflict arouse amid the dissolution of the Soviet Union.

Both Armenia and Azerbaijan emerged as sovereign states in 1991 and when Nagorno-Karabakh officially declared independence while internationally recognized as part of Azerbaijan, clashes erupted between Azerbaijan and Armenia. As a result of the war, Armenia gained control of Nagorno-Karabakh. Bishkek Protocol was signed in 1994 by Russian efforts leaving Nagorno-Karabakh *de facto* independent, with a self-proclaimed government in Stepanakert, but still heavily reliant on close economic, political, and military ties with Armenia (The Council on Foreign Relations, 2022). Ignoring some sporadic clashes that did not cause major changes in the region, this was the status quo until 2020 Nagorno-Karabakh War.

Türkiye and France are on opposite sides of this conflict. While France reiterated its diplomatic support to Armenia, Türkiye not only gave diplomatic support but also armed and equipped Azerbaijan leading Azerbaijani forces to reclaim a significant part of Nagorno-Karabakh from Armenia (Weiss, 2022, 323). Furthermore, France accused Türkiye of sending jihadists from northern Syria to Nagorno-Karabakh to fight on the Azerbaijani side also Armenia's ambassador to Moscow opined the same (Irish, Rose, 2020). Whether the last claim was true or not, Türkiye's intervention in the conflict changed the course of events.

French presence is essential in this conflict because France is one of the three co-chairmen of the Minsk Group, a group constituted in 1992 in the framework of OSCE – the Organization for Security and Co-operation in Europe for finding a peaceful solution to the Nagorno-Karabakh conflict. Minsk Group has been existing for nearly 30 years but could not achieve any progress in finding a peaceful solution. Many consider Minsk Group as ineffective, unhelpful, and even *bankrupt and dead* (Cutler, 2021). Yet France insisted on the Minsk Group to play its role in defining the surveillance after the ceasefire agreement signed between Armenia, Azerbaijan, and Russia because of the *concerns in Paris that Russia and Turkey could strike a deal to cut out Western powers from future peace talks* (Irish, 2020).

Türkiye has been revisionist from the start in Nagorno-Karabakh issue as a loyal ally of Azerbaijan. Therefore Türkiye has always supported Azerbaijan's claims and tried to make efforts to change the status quo of Armenia's invasion of Nagorno-Karabakh. France can be seen as status quoist in the same subject because of its support to Armenia and its role in the Minsk Group that could not make any change in this conflict.

## 11. Conclusion

According to the results of a survey conducted in Türkiye in 2022, participants consider the USA, Israel, Armenia, and Greece respectively a threat to Türkiye where France holds the 8<sup>th</sup> place after England, Iran and Iraq. In addition slightly more than %60 of the participants do not see France as a friend of Türkiye (Aydın et al., 2022, 44-45). These results are compatible with the claims of this study about France having a much more negative impact on Türkiye's foreign policy than it is paid attention to. There are certain conflicts between Türkiye and Armenia, Greece, Iraq, and Iran. But all of them can be considered bilateral and regional issues. Türkiye's relations with Israel have been generally positive since its foundation leaving some specific incidents aside. Thus considering Israel a threat to Türkiye should be related to some other sociological context. So Turkish people envisage France as the least threatening one among the great powers in question (that are USA and England). But as seen above in all major policy areas Türkiye has to face French contestation.

As quoted in the introduction, French Ministry for Europe and Foreign Affairs conveys that (referring to Türkiye) *bilateral dialogue has strengthened since 2012, due largely to converging views on several major international issues*. But this may not necessarily be true as it was argued throughout the study. On the contrary, there are remarkable divergences and contesting policy exercises on many issues.

It was claimed that "France is at the very center of many problematic issues that Türkiye has to deal with" and as can be observed throughout the study, this claim is valid for the six major foreign issues Türkiye is facing. The two parties are on opposite sides of each of these issues and Türkiye has to cope with French foreign policy to achieve its interests because France as a great power cannot be disregarded easily for its capability to affect the course of events.

Turkish-French contradiction can be interpreted in the context of status quoism and revisionism. In most policy areas, France is status quoist as a pattern of great power and Türkiye is revisionist as revisionism is generally a pattern of rising powers. Yet, in two of six policy areas which are 1915 Events and Syria questions, Türkiye's stance is revisionist bolstering the enunciation in the introduction that sometimes the roles are exchanged. This does not mean that the two countries are enemies but it is obvious that there is a competition for realizing interests; a competition that is not going to vanish in short term.

## Bibliography

- Aydın, M. et al. (2022). *Kantitatif Araştırma Raporu: Türk Dış Politikası Kamuoyu Algıları Araştırması 2022*. Kadir Has Üniversitesi Türkiye Çalışmaları Grubu, Global Akademi, Akademetre. İstanbul.
- BBC. (2022). Why has the Syrian war lasted 11 years?. <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-35806229>
- Baykal, S. and Arat, T. (2013). AB' yle İlişkiler.. In Baskın Oran (Ed.), *Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar Cilt III: 2001-2012* (ss.337-400). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Borsari, F. (2022). Turkey's drone diplomacy: Lessons for Europe. <https://ecfr.eu/article/turkeys-drone-diplomacy-lessons-for-europe/>
- Council on Foreign Relations. (2022). Nagorno-Karabakh Conflict. <https://www.cfr.org/global-conflict-tracker/conflict/nagorno-karabakh-conflict>
- Cutler, R. M., (2021). The Minsk Group Is Meaningless. <https://foreignpolicy.com/2021/07/23/armenia-azerbaijan-nagorno-karabakh-osce-minsk-group-meaningless/>
- Davidson, J. W. (2006). *The Enduring Importance of Revisionism and Status-quo Seeking. The Origins of Revisionist and Status-Quo States*. New York : Palgrave Macmillan.
- CNN. (2012). French court overturns Armenian genocide denial law. <https://edition.cnn.com/2012/02/28/world/europe/france-armenia-genocide/index.html>
- French Ministry for Europe and Foreign Affairs (a). <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/turkey/france-and-turkey/>
- French Ministry for Europe and Foreign Affairs (b). <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/turkey/turkey-and-the-european-union/>
- French Ministry for Europe and Foreign Affairs (c). <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/syria/war-in-syria-understanding-france-s-position/>
- Grigoriadis, I. N., Fusiek, D. A. (2022). Turkey's "anti-colonial" pivot to Mali: French-Turkish competition and the role of the European Union in the Sahel. ELIAMEP Policy Paper #91/2022.
- Irish, J. (2020). Fearing Turkish role, France wants international supervision in Nagorno-Karabakh. <https://www.reuters.com/article/us-armenia-azerbaijan-france-idUSKBN27Z3B0>
- Irish, J., Rose, M. (2020). France accuses Turkey of sending Syrian jihadists to Nagorno-Karabakh. <https://www.reuters.com/article/uk-armenia-azerbaijan-putin-macron-idUKKBN26L3S7>
- Jabbour, J. J. (2022). Turkey–France Political and Diplomatic Relations: Contemporary Issues and Future Perspectives. In Denizeau, A., Örmeci, O. (eds.) *Turkish-French Relations History, Present, and the Future* (pp.117-150). Springer, Cham.
- Jabbour, J. J. (2021). France vs. Turkey in the EastMed A Geopolitical Rivalry between a "Keeper" of the Old Order and a Challenging Emergent Power. *Briefings de l'Ifri*, Ifri, 6 May 2021.
- Lippert, B. (2021). Turkey as a Special and (Almost) Dead Case of EU Enlargement Policy. In: Reiners, W., Turhan, E. (eds) *EU-Turkey Relations* (pp.267-293). Palgrave Macmillan, Cham.
- Marbot, O., Toulemonde, M. (2021). A Popularity Contest In Africa, France's image takes a hit, but Turkey, Qatar and the UAE's are on the up. <https://www.theafricareport.com/73566/in-africa-frances-image-takes-a-hit-but-turkey-qatar-and-the-uaes-are-on-the-up/>



- Ministry of Foreign Affairs of Republic Türkiye (a). <https://www.mfa.gov.tr/relations-between-turkey-and-france.en.mfa>
- Ministry of Foreign Affairs of Republic Türkiye (b). [https://www.mfa.gov.tr/no\\_-30\\_-27-january-2017\\_-press-release-regarding-the-annulment-by-the-constitutional-council-of-france-of-the-law-concerning-the-\\_criminalization-of-the-denial-of-the-genocides-in-the-absence-of-a-court-decision\\_.en.mfa](https://www.mfa.gov.tr/no_-30_-27-january-2017_-press-release-regarding-the-annulment-by-the-constitutional-council-of-france-of-the-law-concerning-the-_criminalization-of-the-denial-of-the-genocides-in-the-absence-of-a-court-decision_.en.mfa)
- Ministry of Foreign Affairs of Republic Türkiye (c). [https://www.mfa.gov.tr/the-events-of-1915-and-the-turkish-armenian-controversy-over-history\\_-an-overview.en.mfa](https://www.mfa.gov.tr/the-events-of-1915-and-the-turkish-armenian-controversy-over-history_-an-overview.en.mfa)
- Müftüler-Baç, M., (2016). Turkey's Ambivalent Relationship with the European Union: To Accede or not to Accede. *Uluslararası İlişkiler*, 13 (52), 89- 103.
- Müftüler-Baç, M. and Cicek, A. E., (2016). A comparison of the European Union's accession negotiations with Bulgaria and Turkey: the role of bilateral issues. *Journal of Contemporary European Studies*, 25(2), 180–196.
- Oran, B., (2001). Giriş, Türk Dış Politikasının Teori ve Pratiği. In Oran, B. (Ed.) *Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar Cilt I: 1919-1980* (ss. 17-93). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Örmeci, O. and Yılmaz, A. E. (2022). Turkish-French Relations in the Post-Cold War Era. In Denizeau, A., Örmeci, O. (eds.) *Turkish-French Relations History, Present, and the Future* (pp.79- 113). Springer, Cham.
- Örmeci, O., (2021). Understanding The Eastern Mediterranean Policy Of France And Recent Tensions With Turkey. *UPA Strategic Affairs*, 2 (1), 96-118.
- Reuters. (2022). Turkey's Erdogan can meet Syria's Assad "when right time comes". <https://www.reuters.com/world/middle-east/turkeys-erdogan-can-meet-syrias-assad-when-right-time-comes-2022-10-06/>
- Tanchum, M. (2020). Turkey Advances in Africa against Franco-Emirati-Egyptian Entente. <https://www.turkeyanalyst.org/publications/turkey-analyst-articles/item/646-turkey-advances-in-africa-against-franco-emirati-egyptian-entente.html>
- Weiss, M. (2022). Turkish-French Tensions Over the Kurdish Question and the Ambitions and Status of the Kurdish Actors in Northern Syria: Locked in a Stalemate or Destined for a Détente?.. In Denizeau, A., Örmeci, O. (eds.) *Turkish-French Relations History, Present, and the Future* (pp. 309-337). Springer, Cham.
- Wilgenburg, W. (2020). Syrian Democratic Forces (Syria). In Barnes-Dacey, J., Geranmayeh, E., Lovatt, H. (Eds.) *Guns And Governance: How Europe should talk with non-state armed groups in the Middle East*. <https://ecfr.eu/special/mena-armed-groups/syrian-democratic-forces-syria/>
- Willsher, K. and Jones, S. (2012). Turkey warns France over Armenian genocide law. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2012/jan/24/turkey-warns-france-armenian-genocide>
- Vinocur, N. and Hemming, J. (2012). Top French court strikes down genocide bill. <https://www.reuters.com/article/us-france-turkey-idUSTRE81R1G220120228>
- Yakış, Y. (2012). France's Entanglement In The Armenian Genocide Issue. *Review of Armenian Studies*, No.25, 289-344.

## PLAKLARDAN SOKAKLARA MÜZİK VE POLİTİK İLETİŞİM: 1965 SEÇİMİNİN PROPAGANDASINDA *YARININ ŞARKISI*

Erdoğan KAYGUSUZ<sup>1</sup>

Öz

Bu çalışma Türkiye’de 1965 yılında düzenlenen milletvekili seçimi öncesinde Türkiye İşçi Partisi’nin (TİP) açık hava ve salon toplantılarında kullandığı ve Erdem Buri’nin besteleyip Tülay German’ın seslendirdiği *Yarının Şarkısı* örneğini müzikal toplumsallaşma odağında incelemektedir. Bu kapsamda eserin tarihsel hikâyesi ile bunda rol oynayan belirgin aktörlerin ve olayların keşfedilmesi amaçlanmaktadır. Bir iletişim olayı olarak *Yarının Şarkısı* olayın nerede ve ne zaman gündeme getirildiği (bağlam), kime, nasıl yöneldiği (kullanım) ve paylaşılanın ne olduğu (içerik) bakımlarından ele alınmaktadır. Çalışmanın sorunsal müziğin deneyimle birlikte düşünülmesi çabasının üzerine geliştirilmiş ve müzikal toplumsallaşma ile toplumsal deneyimlenmesi arasında anlamlı bir ilişki kurulabileceğinden hareketle düzenlenmiştir. Bu yönüyle seçim şarkılarının ya da daha genelde müziğin politik söylemini etki paradigmasında ele alan çalışmalardan ayrılmaktadır. Şarkının o dönemdeki kullanımının işçilerin politik özneler olarak kendilerini müzik aracılığıyla kültürel açıdan tanımlamalarında kayda değer rol üstlendiği makalenin ana savunularından biridir.

**Anahtar Sözcükler:** politik iletişim, seçim şarkısı, seçimler, müzikal toplumsallaşma, Tülay German, *Yarının Şarkısı*

**JEL Sınıflandırması:** M3, Z13, J51

## MUSIC AND POLITICAL COMMUNICATION FROM VINYL TO STREETS: *YARININ ŞARKISI* IN THE PROPAGANDA OF THE 1965 PARLIAMENTARY ELECTION IN TURKEY

Abstract

This study examines in the context of musical socialization in the case of *Yarının Şarkısı*, composed by Erdem Buri and performed by Tülay German, used by the Workers' Party of Turkey (TIP) in public meetings before the 1965 parliamentary election in Turkey. The study aims to explore the historical story of the work and the prominent actors and events that play a role in it. As a communication incident, *Yarının Şarkısı* is analyzed in terms of where and when the incident is brought to occur (context), to whom how it is directed (usage), and what is shared (content). The problem of the study has been developed on the effort to think of music together with experience. It also has been organized on the basis that a meaningful relationship can be established between musical socialization and experiencing the social. *Yarının Şarkısı* was used as the opening song in public meetings at that time. In this regard, it differs from studies that deal with the political discourse of election songs, or music more generally, in the mainstream paradigm. Thus, one of the article's main arguments is that the song plays a consequential role for workers in culturally defining themselves as political subjects through music.

**Keywords:** political communication, political campaign songs, elections, musical socialization, Tülay German, *Yarının Şarkısı*

**JEL Classification:** M3, Z13, J51

<sup>1</sup> Araştırma Görevlisi, Beykoz Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, [kaygusuzerdnc@gmail.com](mailto:kaygusuzerdnc@gmail.com), ORCID: 0000-0002-9581-4458

## 1. Giriş

Bu çalışma Türkiye’de 1965 yılında düzenlenen milletvekili seçimi öncesinde Türkiye İşçi Partisi’nin (TİP) açık hava ve salon toplantılarında kullandığı ve Erdem Buri’nin besteleyip Tülay German’ın seslendirdiği *Yarının Şarkısı* örneğini müzikal toplumsallaşma odağında incelemektedir. Bu kapsamda eserin oluşum hikâyesi ile bunda rol oynayan belirgin aktörlerin ve olayların keşfedilmesi amaçlanmaktadır.

Günümüz sosyal bilimler alanı içerisinde müziğe ilişkin çalışmaların sayıca artması insan etkinliklerinin kültürel ve sosyal bağlamının daha iyi anlaşılabilmesi amacıyla onun işe koşulmasını göstermesi bakımından hayli sevindiricidir. Müzik tıpkı ve en az diğer sosyokültürel pratikler kadar insan yaşamı üzerinde belirleyicidir. Onun biçimi olarak şarkılar antropolojik, kültürel, siyasal, ekonomik, tarihsel, göstergebilimsel, yapısal, dilsel, ideolojik, psikolojik gibi pek çok açıdan ele alınabilecek zenginliktedir (Erdoğan, 2000: 8). Bu zenginlikten yararlanılarak müzik ve siyaset teorisini ortak kesen ve özellikle de politik iletişim bağlamındaki çalışmalar erken dönem tartışmalarından da önemli ölçüde beslenir; müzik-politika-iletişim ilişkisi antikiteden bu yana kendini bir araştırma problemi olarak gösterir.<sup>2</sup>

Müzik ve politik iletişime ilişkin Türkiye’deki güncel çalışmalar<sup>3</sup> genellikle müziğin politik kampanyalardaki kullanımına odaklanır.<sup>4</sup> Hele ki söz konusu seçim şarkıları olduğunda müziğin seçmenlerin oy verme davranışları üzerindeki etkilerini sorunsallaştıran çalışmalar alan üzerinde epey belirleyicidir.<sup>5</sup> Seçim şarkılarının ya da daha genelde müziğin politik söylemini iletişim araştırmalarındaki etki paradigmasının dışında ele alan çalışmalara ise oldukça seyrek rastlanır.<sup>6</sup> Bu çalışmanın sorunsalı müziğin deneyimle birlikte düşünülmesi çabasının üzerine geliştirilmiş ve müzikal toplumsallaşma ile toplumsalın deneyimlenmesi arasında anlamlı bir ilişki kurulabileceğinden hareketle düzenlenmiştir. Bu nedenle çalışmada müzik ve politik iletişim ilişkisi mevcut yaklaşımların aksine, *deneyim*<sup>7</sup> ve *toplumsallaşma* kavramlarını odağa alan başka türden çerçeve içerisinde ele alınmaktadır. Müziği bir iletişim

<sup>2</sup> Platon’un (2005) ve Aristoteles’in (2011) çalışmaları bu kapsamda anılabilir. Antik dönemde müziğin rolü için ayrıca bkz. Sarıboğa ve Akıncı (2017)

<sup>3</sup> Akçay ve Solmacı, Türkiye’de müzik ve politika ilişkisi üzerine yapılmış akademik çalışmaları bibliyografik olarak inceledikleri çalışmada (2020), ancak ve ancak 21 çalışma tespit edip inceleyebilmişlerdir. Buradaki bulgulardan bir tanesi ise oldukça çarpıcıdır: Çalışma, müzik ve politika ilişkisi üzerine çok az sayıda lisansüstü çalışma yapıldığını göstermektedir. Ayrıca belirtmek gerekir ki güncel çalışmaların dışında söz konusu ilişkiyi gündeme getiren ilk çalışmalar Halil Turhanlı’ya (1996) ve Fırat Kutluk’a (1997) aittir.

<sup>4</sup> Öztürk’ün (2014), Önürmen ve Temel’in (2014), Kumpasoglu’nun (2017) ve Göksu’nun (2018) çalışmaları bu türden çalışmalara örnek gösterilebilir.

<sup>5</sup> Bu çalışmalar iletişimi etki modeli olarak kavrayan egemen paradigmadan genellikle beslenir. Ayrıca bkz. Tanyıldızı (2012); Akçay (2016); Kızılkaya (2021)

<sup>6</sup> Girgin’in yüksek lisans tezi (2020) ile Çifci’nin doktora tezi (2016) bu kapsamda anılmayı hak eden önemli çalışmalardandır.

<sup>7</sup> Deneyim kavramına çalışmanın hemen başında parantez açmakta yarar var: Gadamer’in vurguladığı gibi (2008a: 83-112), deneyim kavramı önemli ölçüde belirsizlik içerir. Bu belirsizlik kavramın hem tam olarak neyi imlediğinin bilenemezliğinden hem de yaşama olan içsel ilişkisinden kaynaklanmaktadır. Birincisinde, deneyimin gerek kişinin kendi deneyiminin tanıklık etmediği bir şey olarak kavranabileceği gerekse de bunun aksine deneyimlenen şeyin daima kişinin kendisinin bizzat deneyimlediği şey olarak kavranabileceği söz konusudur. İkincisinde ise ilkinden hareketle, yaşamın deneyimle ilişkisinin evrensel olanın tikel olanla ilişkisi olup olmadığı sorusunun hâkim olduğu belirtilebilir. Bu çalışmada ise deneyim yaşamın dolaysız ve içsel ilişkisi ile ortak hissiyata ve anlamlandırma pratiğine referans verecek biçimiyle kullanılmaktadır.

süreci olarak kabul eden çalışmada, müzikal deneyime de “iletişim olayı” olarak yaklaşılmaktadır.<sup>8</sup> Müziğin deneyimden beslendiği kadar deneyimin kendisini ifade ettiği ve müzikal deneyimin toplumsal grupların kendilerini tanımlamalarında özneleştirici etkiye sahip olduğu makalenin savunusu yaptığı bazı görüşler arasındadır.

Bu makale üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde müzikal deneyimlerin toplumsal çelişkilerin deneyimlenmesinin önemli boyutlarından biri olduğu belirtilmektedir. Müzikal toplumsallaşma etrafında yapılan bu tartışmada, toplumsal gruplara mensup olanların duygusal ve algısal alımlamalarının onları özneleştirdiği ve müziğin toplumsal sınıfların kendilerini tanımlamalarında önemli etmenler arasında olduğundan hareket edilmektedir. İkinci bölümde, *Yarının Şarkı*'sının içinde olduğu tarihsel-toplumsal bağlam ve buna bağlı olarak müzik endüstrisinin durumu ele alınmaktadır. Üçüncü ve son bölümde ise *Yarının Şarkısı*, içinde bulunduğu toplumsal bağlamla ilişkilendirilerek incelenmekte ve deneyime dayalı bir iletişim olayı olarak şarkının sürecine odaklanılmaktadır.

## 2. Müzikal Toplumsallaşma ve Toplumsalın Deneyimi

Müziği iletişimsel deneyim olarak kavramak, onun insan eylemi olarak yapma sürecine ve bu sürece konu olan ortak anlam ufkuna vurgu yapmaktadır. Bu vurgu müziğin özneleştirici etkisi bağlamında düşünüldüğünde bir başka açılımı daha sağlar: Toplumsal çelişkiler alanının en belirgin biçimlerinden olan sınıf deneyiminin müzik deneyimiyle ilişkilendirilmesi olanağını gündeme getirir ve müziğin sınıf deneyiminde önemli uğraklardan biri olduğu kavrayışına ulaşmaya imkân tanır. Nitekim müzik eserleri söz konusu ilişkilerin ve çelişkilerin içine gömülüdür; toplumsal olanın yaşanmasına, bu yaşantının alımlanmasına ve duyumsanmasına bağlı olarak şekillenir. Bu yönde yapılacak tartışma için “müzikal toplumsallaşma” (Ani vd., 2014: 131) kavramından yararlanılabilir.

Müzikal toplumsallaşma herhangi bir toplumsal grubun müzikal deneyimiyle ilişkili olarak kendini kültürel alanda tanımlaması, toplaması, birleştirmesi olarak ifade edilebilir. Duygu ve düşüncenin etkileşimsel işbirliğinin ortaya çıktığı (Paçacı, 2019: 692) olaylardan biri olan müzik, alımlayanlarında çeşitli duygular uyandırır ve bu duygular insanların ortak deneyimlerinden beslenir.

---

<sup>8</sup> John Kaemmer'e göre (1998) bir olayın müziksel olay olabilmesi için ille de seslendirme ya da tınının varlığı gerekmez; tıpkı bir konserin müzik olayı olabileceği gibi müzik üzerine konuşan bir insan topluluğunun eylemi de müzik olayıdır. Müzik olaylarını politik girişim olarak okuyan bir çalışma için ayrıca bkz. Ulubilgin (2018)

Bu durum müziğin bütünleştirme fonksiyonunun göstergesidir (Odabaşı, 2006: 250).<sup>9</sup> Nitekim müzik duyguların, düşüncelerin ve anlamların birbiri ardına dizildiği ve insanın insana kendisini sunduğu sosyal ve kültürel bir anlamlandırma pratiğidir. Bu anlamıyla bir iletişimsel deneyimdir de. Müziğin ritmik bir iletişim aracı olarak görülebileceğine; şarkı sözlerinin de bu iletişimin kaynakları olarak kullanılabilmesine dikkat çeken Lull (2000: 35-36), insanlar arasında duygusal paylaşımın ve ortak anlam ufkunun geliştirilme çabasının “benzersiz deneyim” oluşturduğunu, bu deneyimin de müziğin özünde karakterize olduğunu şöyle anlatmaktadır:

Müzik, duygu ve düşüncelerin ateşli bir dizilişidir ve bu diziliş duygu ve düşünceleri öyle bir ifade eder ki, insan yaşamında bir eşi daha yoktur. Müzik varoluşsal özümüzün ve varoluş tarzımızın, evrensel ölçekte kabul gören bir sentezidir; kişisel, sosyal ve kültürel anlamlandırmalardan oluşan ve diğer iletişim biçimlerine benzemeyen bir harmanlamadır. Müzik yaşamdaki tehlikeli duygusal gidip-gelmeleri, zayıflıkları, yengileri, kutlamaları ve çatışmaları, özel olarak yaşanabilen ya da diğer insanlarla paylaşılabilen hipnotik ve reflektif tempolara dönüştürür ve böylece hem yaratıcılarına ve hem de dinleyicilerine aykırı deneyimler yaşatır (2000: 11).

Bu anlamıyla deneyimlerin, duyguların ve arayışların zemini olan müzikal deneyim insanların algıladıklarının ve eylemlerinin ortaklaştırılmasına olanak sağlar. Dahası müziğin formları en nihayetinde fikirleri de iletmekte ve var olanlarını paylaşmaktadır. İnsan eylemlerinin hemen tümünde kullanılmış olmalarından kaynaklanır ki bunlar insan deneyimleri ile bunlara eşlik eden hislere de ilişkindir. Bu açıdan duyguların paylaşılması ve ortaklaştırılması temelinden hareketle denebilir ki müzik insanların mevcut toplumsal ilişkiler karşısındaki geliştirmeye aracılık eder (Strong, 2010: 20-23). Hakeza şarkılar insanları duygusal olarak birbirlerine bağlar (Roman, 2008: 3). Öyleyse müziğin yaptığı şey insanlara bir bütün olarak topluma ya da spesifik bir gruba ait olma duygusunu aşılmasıdır (Martinello & Lafleur, 2001: 8). Müzikal toplumsallaşma işte bu bağdan beslenir.

Sınıflar da en nihayetinde toplumsal birer oluşumu ifade ederler ve kendilerini deneyimleri yoluyla tanımlarlar (Kaygusuz, 2021: 60). Bu deneyimlere her türden anlamlar, tutumlar, değerler ve neticesinde yaratılan sanat eserleri gibi sembolik biçimler belirleyici ölçüde eşlik eder. Bu nedenle Tagg (2001: 12), müziğe ilişkin yapılacak ciddi bir çalışmayla sınıflar arasındaki dengenin görülmesinin mümkün olduğunu belirtmektedir.

<sup>9</sup> Bu noktada gerek müzikal toplumsallaşmanın gerekse de sınıfın müzikal deneyiminin anlaşılması için deneyim kavramının yeniden gündeme getirilmesine ve onun toplumsal ilişkilerin görülebilmesine aracılık eden büyüleyici rolüne ihtiyaç var. Zira yapılanmış süreçlerin, nesnel koşulların ve maddi yaşamın insanlar tarafından nasıl yaşandığı ve insanların bunlarla nasıl başa çıktığı deneyim ile açıklanabilir (Wood, 2016: 119). Bu anlamıyla bireylerin ya da toplumsal bir grubun birbiriyle ilişkili pek çok olaya verdiği karşılık açısından düşünüldüğünde, deneyimin vazgeçilmez bir kategori olduğunu belirtilmelidir (Jay, 2012: 263).

Zira bir sınıfın mensuplarını bir arada olma noktasına getiren şey o sınıfın yalnızca ve kabaca üretim ilişkilerindeki nesnel konumu değil söz konusu insanların her türden deneyimleridir.<sup>10</sup> Bu anlamıyla sınıf tarihsel bir oluşum, toplumsal bir ilişkidir ve bu oluşuma özünü veren şey o sınıfa mensupların gündelik olaylardan yola çıkarak oluşturdukları hem yaşamsal hem de algısal düzeydeki karşılaşmaları ve anlamlandırmalarıdır.<sup>11</sup> Nitekim “insanların zihni, deneyimlerinin tamamı tarafından şekillendirilir” (Williams, 2017: 459). “Zira insanlar” der, E. P. Thompson, “kendi deneyimlerini duygu olarak da yaşarlar ve kendi duygularını kendi kültürleri içinde normlar, ailesel ve akrabalık yükümlülükleri ve karşılıklılıkları olarak, değerler olarak ya da daha da geliştirilmiş biçimlerle sanat ve dini inançlar olarak ele alırlar” (2015a: 361). Öyleyse ilişki ve süreç olarak sınıf, zaman içinde, tarihsel koşullarda, toplumsal ilişkilerde ve bunların deneyimlerinin alımlanma biçimlerindedir. Sınıf mensuplarının paylaştığı her türden anlamlar, tutumlar, değerler ve neticesinde yaratılan sanat eseri gibi sembolik biçimler onların alımlama sürecinin dikkate değer parçalarıdır.

Müzikal toplumsallaşma açısından sınıfsal deneyimler düşünüldüğünde, sınıf mensuplarının duygusal ve algısal alımlamalarının onları özneleştirdiği ve sınıfların kendilerini tanımlamalarında önemli belirleyenlerden biri olduğu söylenebilir. Sınıflar sahip oldukları değer ve tutum sistemlerini şarkı gibi sembolik biçimlerle de desteklemektedir. Müzik toplumsal bir gösteren olduğundan ve hem egemen hem de alternatif bakış açısını bünyesinde barındırması nedeniyle (Suvakoviç, 2013: 22-25) sınıfların kendilerini toplumsal ilişkiler içinde konumlandırmalarına zemin hazırlar. Özellikle işçilerden oluşan bir grup, bir eserden, hemen ve doğrudan tanıyabileceği duygu şablonlarını kendisine aktarmasını bekler (Hoggart, 2022: 244).

Bu çerçeveden bakıldığında Richard Hoggart, kültürel çalışmalar tarihinin henüz erken dönemlerinde işçi sınıfının gündelik yaşamlarını incelemiş, işçilerin popüler kültürle ilişkisini araştırmış ve bu kapsamda müziğin işçilerin gündelik yaşamında kapladığı alanı gözler önüne sermiştir. Müzikal toplumsallaşmayı “işçilerin grup aidiyeti” bağlamındaki bir hisle ilişkilendiren Hoggart (2022: 132), bu hissin kaynağına ilişkin yaptığı tartışmada, onlar “somut bir yaşam tarzından doğar” demiştir:

---

<sup>10</sup> Ellein Meiksins Wood’un da vurguladığı gibi (2016: 118), üretim ilişkilerinin belirleyici yapısal etkisi ancak ve ancak bu üretim ilişkilerinin sınıf oluşumunun tarihsel sürecinde kendini gösterebilir ve bu baskılar dahi ancak deneyim aracılığıyla anlaşılabilir.

<sup>11</sup> “Sınıf bilinci, bu deneyimlerin kültürel bakımdan ele alınma şeklidir: geleneklerde, değer sistemlerinde, fikirlerde ve kurumsal biçimlerde cisimleşmiş hallerinin” (E. P. Thompson, 2015b: 40).

Ancak bu grup aidiyeti hissi, işçi sınıfı mensuplarının kendiliğinden ve sarih biçimde farkında oldukları bir şey değildir, dolayısıyla toplumsal (siyasal) amaçlı örgütlenmelerin “dava kardeşliğinde” görülebilecek türden bir hissiyattan çok farklıdır; gücünü, örneğin sendikal harekette olduğu gibi, ortak bir mücadele ile yaşam koşullarının toptan değiştirilmesinin gerekliliğine ilişkin bir bilinçten de almaz. Burada bahsettiğim grup aidiyeti somut bir yaşam tarzından doğar: kaçınılmaz olarak bir grubun parçası olduğunu bilmek, bu kesinliğin yarattığı güvenlik hissi, ait olunan grubun değişmeyeceği bilgisi, komşunun yardımına başvurmanın kaçınılmazlığı. (Hoggart, 2022: 132).

İşçilerin ortak yaşam deneyimine ve tarzına sahip olduklarından hareketle geliştirdikleri aidiyetin müzikal toplumsallaşmalarında da karşılığını bulabileceğini düşünmek yanlış olmaz. Nitekim yapma süreci olarak sanat, yapılan şeylerin deneyimini de içeriğinde özümlediğinden (Kaygusuz, 2023: 157), sınıfın müzikal deneyimleri yine onların yaşam deneyimlerini anlatır. Diğer deyişle, “belirli bir çağın, sınıfın ya da grubun ‘yaşanan kültürünü’ içeren ‘bütün bir hayat biçiminden’ oluşan, belirli bir örüntüye sahip düzenlilik sergileyen müşterek düşünme ve hissetme biçimleri” (Turner, 2016: 26) müzikal deneyimde önemli ölçüde içerilir. Bu noktada işçi şarkılarının sık sık olumlu duygulardan ve insanlar arasındaki dayanışma ilişkisinden bahsettiğini görmek önemlidir:

Toplumsal hareketlilikle ilişkili ufuk, işçi sınıfı mensupları için, ne yaparlarsa yapsınlar sınırlıdır, ötesine geçmek olanaksızdır. Ancak işçi imgeleminde, zaten ne para ne de güç insana mutluluk getirir. “Gerçek” olan, insani olan şeylerdir, ailedeki sevgi, arkadaşlık ve “güzel zaman” geçirebilmektir. “Para her şey değildir”, dolayısıyla da “biraz daha fazla kazanmak için sürekli ter dökmeye değmez” denir. İşçi sınıfı şarkıları sık sık aşktan, dostluktan ve iyi bir yuvadan bahseder; paranın önemsizliğini vurgular (Hoggart, 2022: 133).

Görülebileceği gibi işçi şarkılarının ortak temalar etrafında tasniflenebiliyor oluşu, işçilerin gündelik yaşamda paylaştığı deneyimlerden beslenmesinden kaynaklanmaktadır.

İlaveten, Hoggart yaptığı araştırmadan elde ettiği bulguları sergilerken işçi sınıfının müzikal deneyimine ilişkin bir dizi biçimsel özellik de sıralamıştır. Bu kapsamda şarkıların söylenme biçimleri, nerede söylendikleri, içerikleri vb. gibi boyutlar öne çıkmaktadır. Kaldı ki bu müzikal deneyimler işçilerin geleneklerle ve kültürel geçmişleriyle de kurduğu ilişkiyi göstermesi bakımından dikkate değerdir. Tarihsel deneyim anlayışının esası bize geçmişle doğrudan ya da dolaysız temas sağlamasıdır (Ankersmit, 1993: 56):

Bu şarkılarda aktarılanı, anlatılanı “işitebilmek” için kodlara, genel repertuarda tanımlı her bir duyguyla eşleştirilmiş konvansiyonel göstergelere ihtiyaç vardır. İşçi sınıfının deneyiminde metaforlar çoklu ve karmaşık anlam arayışlarına davet manasına gelmez; daha ziyade bu metaforları, önceden programlanmış bir makineye atıldıklarında, hedeflenen hissi üreten madeni paralar olarak görebiliriz (Hoggart, 2022: 244).

Bu çerçeveden bakıldığında *Yarının Şarkısı* da örneğine az rastlanır türden tarihsel bir deneyimi ifade eder. İşçilerin politik özne olarak kendi gücüyle giriştiği önemli birtakım olayların ve süreçlerin içerisindeki müzikal deneyim olarak bu eser, sınıfın kendini müzikal açıdan toplumsallaştırması sürecinin parçası olarak okunabilir. Ancak bu çalışmada esere deneyim temelli bir iletişim olayı olarak yaklaşıldığı için öncelikle *Yarının Şarkısı*'nın bağlamını ve müzik endüstrisinin içinde nasıl bir yerde durduğunu ana çizgileriyle belirtmek işe yarar olabilir.

### 3. Türkiye'nin 1960'lı Yıllarında Toplumsal Manzara ve Müzik Endüstrisi

John Dewey (2021: 18) sanat eserlerinin anlamının yeterli ölçüde kavranabilmesi için “onları bir süreliğine unutmak, onlara sırtımızı dönmek ve deneyimin genellikle estetik saymadığımız sıradan kuvvet ve koşullarına başvurmak zorundayız” der. Her türden sanatsal yaratım, içinde bulunduğu siyasal, tarihsel ve kültürel bağlamla doğrudan ilişkili olduğundan bu büyük oranda doğrudur. Sanat eserleri bu nedenle yalnızca metin merkezli bir yaklaşımla incelenemezler; onları, metni çevreleyen sosyal ve siyasal olguları ele alarak bağlamla ve mevcut koşullarla düşünmek gerekir. Öyleyse *Yarının Şarkısı*'na onu daha iyi anlamak üzere bir süreliğine sırt çevirmek ve dönemin koşullarına bakış sağlamak yerinde olur.

Türkiye'nin 1960'lar dönemi ülke tarihi açısından özel bir sürece tekabül eder. Bu on yılın hemen başındaki 27 Mayıs darbesi bu tarihten itibaren yaşanacak ekonomik, siyasal, kültürel hemen her gelişmeye zemin oluşturmuş, ortam sağlamış ve söz konusu gelişmelerin olumlu ya da olumsuz yöndeki dayanağını oluşturmuştur. Tarım ve ticarete dayalı sermaye birikim modelinin Demokrat Parti (DP) döneminde tıkanması ve dünya kapitalizminin belirgin tercihleri yeni bir birikim stratejisi tercihinin koşullarını yaratmış (Atılğan, 2015: 518), böylelikle uzun süredir planlanan darbe planının gerçekleştirilmesi için gerekli ekonomik ve siyasal olanaklar doğmuştur. Bu dönemde genel üretim tarzı; sanayi sermayesinin iç pazara dönük genişlemesine ve yurtdışından ithal edilmek durumunda kalınan malların ülke içinde üretilmesini sağlamaya yönelik ithal ikameci birikim stratejisine dayanmıştır. Dönemin en göze çarpan gelişmelerinden biri, darbe sonrasında hazırlıklarına başlanan ve yaşama geçirilen Yeni Anayasadır:

Yeni Anayasanın yazarlarının esas amacı, Millet Meclisini başka kurumlarla dengelemek suretiyle, DP'nin (ve ondan önce CHP'nin) sahip olduğu türden bir iktidar tekeli engellemektir. (...) Anayasaya aykırı gördüğü yasaları reddedebilen bağımsız bir Anayasa Mahkemesi getirilmiş, yargı kurumu, üniversiteler ve kitle iletişim örgütlerinin tam özerkliklerini güvence altına almıştı (Zürcher, 2015: 356).



Sina Akşin'in (2018: 266) "Türkiye'nin 27 Mayıs'la çağdaş, çoğulcu bir demokrasi olmaya yönelmesinin göstergesi" olarak tarif ettiği bu Anayasa ülkede görece özgürlükçü ortamın oluşmasına katkı sunmuş; siyasal faaliyet ve hareketlerin tasavvurlarını rahatça dile getirmelerine ve taraftar toplamalarına neden olmuştur. Bu dönemde siyasal ve sendikal örgütlenmelerin önü açılmış, grevler yasallaşmış ve yaygınlaşmış, iletişim araçları özerkleşmiş, kişi hak ve özürlükleri anayasal güvence altına alınmıştır. Bu anlamıyla "Yeni Anayasa hem sol hem sağ için öncekine nazaran daha geniş bir siyasal faaliyet yelpazesine izin vermiş olması bakımından, eskisinden çok daha fazla liberaldir" (Zürcher, 2015: 358).

Bahsi geçen yıllar sanayi burjuvazisinin, hâkim sınıfların ve toplumun tümü üzerinde hegemonyasını kurduğu ve Türkiye'yi dünya pazarına eklemeyi denediği bir dönemdir; 1960'lı yıllarda kapitalizmin gelişmesine paralel olarak Türkiye'de işçi sınıfı da nicel olarak büyümüştür (Atılğan, 2015: 517-518). Buna bağlı olarak sınıflar mücadelesi kendisini kitlesel gösteri ve eylemlerle yoğunlaştırmıştır. Özellikle sendikal örgütlenmede önemli düzeyde artış olmuştur. Bu, sanayi burjuvazisinin iktidar bloğunda güç hâline gelmesi ve işçi sınıfının Türkiye'de örgütlü ve aktif, onun öncü hareketlerinin de toplumsal bir güç olarak tarih sahnesine çıktığı özel bir süreci ifade etmiştir. Hâkim üretim tarzının yaratmış olduğu işçi sınıfı ve burjuvazinin çelişkilerinden doğan mücadeleler, siyasal ve toplumsal yaşamı daha belirleyici hâle doğru ilerlemiştir.

Bu genel çerçeve içerisinde kültürel ve sanatsal üretim Türkiye'nin toplumsal koşullarının yansıması olarak toplumcu gerçekçi fikirlerin baskın olduğu bir görüntü sergilemiştir. Yeni Anayasasının sağladığı özgürlükçü ortam düşünüldüğünde, kültür sanat alanının, görece özerk çizgide gelişim gösterdiği söylenebilir (Eren, 2017: 89); dönemin öne çıkan özelliği kültürel üretim alanında özerkliktir. Dahası yine Yeni Anayasa'nın toplumsal alana etkileriyle ilişkili olarak düşünüldüğünde, "popüler müzikte, toplumsal hareketlerin ve toplumsal olayların yansıdığı ürünlerin yer aldığı gözlenmiştir" (Kutluk, 1997: 67).

Toplumsal hareketlerin ve işçi sınıfının büyüyerek siyaset sahnesinde yerini almaya başlamasına paralel olarak özellikle dönemin ikinci yarısından itibaren politika-müzik etkileşimi açısından, işçilerin mücadelelerini konu edinen şarkılar da yaygınlık kazanmıştır.<sup>12</sup> Diğer yandan bu dönemde müzik endüstrisi henüz kendi yapılaşmasını bağımsız olarak tamamlayamamıştır. Endüstrinin bu özelliği sermaye dolaşımının organizatörleri olan plak şirketlerinin aynı tarz müziği destekleme yönündeki eğilimine neden olmuş, böylece

<sup>12</sup> Bu türden şarkılara Bora Ayanoğlu'nun bestelediği, Alpay'ın 1967'de yorumladığı *Fabrika Kızı* örnek gösterilebilir. İşçi şarkılarına ilişkin bir değerlendirme için ayrıca bkz. Meriç (2006)

Türkiye’de aranjman üzerine kurulu müzik piyasası yaratılmıştır (Eren, 2017: 90).<sup>13</sup> Bu piyasasının bir tarafı olan müzisyenler de bu eğilime uyum sağlamıştır:

Capitol, Columbia, Foniti, Grafson, Odeon, Pathe ve Sahibinin Sesi o zamanlarda etkin olan müzik firmaları olarak bilinmesine rağmen hepsi yurt dışı menşeli olup yerli şarkılara değil, yabancı şarkılara öncelik verdikleri için müzisyenler de bu trende uyum sağlamış görünüyordu (Dilmener, 2014: 38)

Müzik politikaları göz önünde bulundurulduğunda hâkim üretim tarzı ve politikalarıyla ilişkili olarak devletin yönelimi, kültürel üretim alanında da yerele verilen ağırlık üzerine yoğunlaşmıştır. Örneğin TRT bu yıllardaki aktif çalışmasıyla müzik hayatının şekillenmesine yönelik etkin rol üstlenmiştir. Kurum özellikle 1966-1967 yıllarında bestecilerden yapıtlar ısmarlayarak yarışmalar düzenlemiş ve bu yarışmalar Türkiye’de yerli üretimler yapılmasını teşvik etmiştir (Beşevli Solmaz, 2014: 85-86).<sup>14</sup> Bu teşviklerin ardından müzik endüstrisindeki yönelim Türkçe bestelerin yapılışına doğru kaymıştır:

Müzik alanında üretim araçlarına ve süreçlerine baktığımızda müzik firmaları içinden Odeon farklı bir yaklaşım sergileyerek Türkçe şarkılara artan ilgiye kayıtsız kalmamış, yerli şarkıların kaydedilmesi konusunda öncü olmuştur. Ayten Alplman, Necip Celal başta olmak üzere önemli seslere kayıt imkânı veren Odeon, Türk pop müziğinin ilk nüvelerinin ortaya çıkmasında öncü olmuştur (Eren, 2017: 91).

Çağdaş müzik politikaları açısından yerli müziğin teşvik edilmesi kültürel üretimde Türkçe şarkıların önünün açılmasını önemli ölçüde etkilemiştir. Benzer şekilde Erdem Buri’nin<sup>15</sup> desteğiyle Tülay German da *Odeon*’un stüdyolarında Türkçe şarkıların deneme kayıtlarını yapmış (Dilmener, 2014: 38), böylece Türk popunun gelişmesinde ve yerli bestelerin yaygınlaşmasında önemli rol üstlenmiştir.

Son olarak, 45’lik plak teknolojisinin dönemin müzik üretiminde egemen olduğu söylenebilir. Yeni ve ucuz bir teknoloji olarak 45’liklerin yaygınlaşması toplumun müziğe erişebilmesi açısından kıymetlidir.

#### 4. Müzikal Deneyim ve İletişimsel Olay: *Yarının Şarkısı*

David K. Dunaway (2000: 69), müziği iletişim süreci olarak ele alan çalışmalarda, metnin, onu çevreleyen kültürel iletişim kuralları açısından, bir iletişimsel olay olarak incelenmesi gerektiğini belirtir. Bu kapsamda olayın nerede ve ne zaman gündeme getirildiğine

<sup>13</sup> *C’est écrit dans le ciel* adlı şarkının melodisine Fecri Ebcioğlu’nun “Türkçe sözler yazarak oluşturduğu ve İlham Gencer tarafından seslendirilen *Bak Bir Varmış Bir Yokmuş*, daha sonra aranjman adını alacak bu türün ilk hit’idir” (Meriç, 2006: 33).

<sup>14</sup> Türkiye’de müzik tarihinin ilk önemli yarışması Hürriyet gazetesi tarafından düzenlenen *Altın Mikrofon Armağanı Yarışması*’dır. Önemli birçok sanatçıyı müzik dünyasına kazandıran bu yarışma 1965’te başlayıp 1968 yılına kadar kesintisiz devam etmiş, 1972 ve 1979’da birer kere daha yapılmıştır (Meriç, 2006: 264).

<sup>15</sup> “Erdem Buri’nin ayrıca radyoda yaptığı çeşitli programlarla Türkiye’de cazın yaygınlaşmasına olan katkısı göz ardı edilemez” (Eren, 2017: 91).

(bağlam), kime, nasıl yöneldiğine (kullanım) ve paylaşılanın ne olduğuna (içerik) odaklanmak gerekir. Bu çalışmadaki odak nokta da metinden çok metine ilişkin iletişim olayıdır.

Türkiye’de seçim çalışmaları sırasında kullanılmak üzere kaydedilen ilk şarkı olan *Yarının Şarkısı*<sup>16</sup> müzikal deneyim ve iletişimsel olay bakımından yukarıdaki üç düzeyde incelenebilir. İlki, eserin dönem koşullarıyla ilişkili biçimde değerlendirilmesine; ikincisi eserin tarihsel öyküsünün bağlamla ilişkili biçimde açığa çıkarılmasına; üçüncüsü de şarkı sözlerinin iletişim kaynağı olarak kabul edilmesi yoluyla şarkının retoriğinin ve ana temalarının sergilenmesine referans verir. Şimdi, *Yarının Şarkısı*’nın macerası ve bu iletişim olayının deneyimi üzerinde duralım.

#### 4.1. *Yarının Şarkısı*’nda bağlam

İlgili dönemin panoraması düşünüldüğünde, ortamın işçilerin politika sahnesinde eyleyen özne olarak yer alması açısından toplumsallaşma sürecine denk düştüğü görülebilir. 1960’lı yıllardan başlayan bu süreçte sanayi kapitalizminin gelişme ivmesi Türkiye’de işçi sınıfının nicel olarak büyümesini de beraberinde getirmiştir: İşçiler seslerini gür şekilde topluma duyurmada etkili olmuş, bu açıdan sınıf hâline gelmiş ve siyasal düzeydeki örgütlenme becerileri ve hamleleriyle toplumsal sınıf olarak öne atılmışlardır (Atılgan, 2015: 518). Türkiye İşçi Partisi’nin (TİP) 1961 yılında sendikal hareketin içinden gelen işçilerce kurulmuş olması sınıf oluşumunun bir nevi zemini olurken 1965 yılındaki parlamento seçiminin propagandasında TİP’in kapalı salon toplantıları ve mitinglerindeki açılış şarkısı olarak kullanılan *Yarının Şarkısı* da işçilerin müzikal toplumsallaşmasında rol oynamıştır. TİP’in 13 Şubat 1961’de sendikacılar tarafından kurulmuş olması bu yönüyle sosyolojik sıra dışılığa sahiptir: Cumhuriyet tarihinde işçiler ilk kez kendi güçleriyle, bağımsız bir siyasal parti kurmaya yeltenmiştir; daha önceleri işçi haklarını savunmak üzere ortaya çıkmış partilerin hemen hepsi aydınların inisiyatifiyle kurulmuştur (Atılgan, 2015: 518).<sup>17</sup> Maden-İş, Lastik-İş, Basın-İş, Müskirat Federasyonu gibi sendikaların başkanları ile kimi sendikacıların öncülüğünde kurulan bu işçi partisi (Aybar, 2014: 95), işçilerin kendi inisiyatifiyle politika sahnesinde yer alabileceğinin göstergesi olduğu gibi, aynı zamanda işçilerin sınıf olarak davranma eğilimindeki gelişkinliği göstermesi bakımından da bir belirtidir.

<sup>16</sup> Bazı kaynaklara göre plaklı seçim propagandası ilk kez 1943 seçimlerinde yapılmıştır: Bu seçimlerde Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), 78 devirli taş plaklar hazırlayarak taşraya göndermiş ve belediye hoparlörlerinden halka dinletmiştir (Alkan, 2003). *Yarının Şarkısı*’nın özgün yanı ise seçim çalışmalarında kullanılmak üzere kaydedilmiş olmasıdır.

<sup>17</sup> Mehmet Ali Aybar, bazı aydınlarla birlikte parti kurma tartışmaları yaparken sendikacıların da bir işçi partisi kurmak için harekete geçtiklerini öğrendiklerini belirtir. Maden-İş, Lastik-İş, Basın-İş, Müskirat Federasyonu gibi sendikaların başkanları ile kimi sendikacıların işçi partisi kuracağı, o dönem iki sendikanın avukatlığını yapan Sedat Erbil’in soruşturması sonucu ortaya çıkarılmıştır; böylelikle Aybar ve çevresindeki aydın grubu parti kurma tartışmasını sonlandırıp işçileri ve sendikacıları desteklemiştir (Aybar, 2014: 94-97).

İşçilerin sınıf olarak davranma eğiliminin siyasal tahayyülü peşinden sürüklememesi olanaksızdır. Bu siyasal tahayyülün yaygınlaşmasında ise müzik de simgesel araç olarak kendini gösterir. Nitekim siyasal gelişimin çeşitli aşamalarında insanlar müzik ile politik niyeti birbirine bağlar ve müzik toplumun aklında bir imge olarak siyasal partilerin inşasında etkili olur (Anı vd., 2014: 131-132). Belirtilebilir ki müzik politik değerleri, siyasal tahayyülü ve ortak deneyimleri cisimleştirir ve bir araya getirir. Kaldı ki müziğin yapma edimi olduğu hatırlandığında, ortak anlam ufku geliştirme çabasının kolektif yapma süreciyle iç içe geçmesi durumunda da müzikal açıdan toplumsallaşma süreci başlamış olur. Dolayısıyla müziğin politik fikirleri iletme ve insanları siyasal bir oluşumu desteklemeye yönlendirmesi,<sup>18</sup> toplumsal hareketlerce ondan faydalanmak üzere kullanılmasına da yol açar (Akçay, 2016: 850-851). Partilerin toplumdaki destek kazanması, müziğin etkileşimsel ve birleştirici işbirliğini sağlayan temeli dolayısıyla anlamlı görülebilir. Bu çerçevede özellikle seçim dönemlerinde siyasal partilerin şarkı kullanımıyla sıkça karşılaşılmaktadır.<sup>19</sup>

1965 yılında düzenlenen parlamento seçimi bu açıdan dönüm noktasına işaret eder. Erdem Buri'nin bestelediği ve Tülay German'ın seslendirdiği *Yarının Şarkısı*'nin, arifesinde TİP'in kapalı salon toplantılarında ve mitinglerinde açılış şarkısı olarak kullanıldığı seçim,<sup>20</sup> işçi partisinin 15 milletvekili<sup>21</sup> çıkarmasıyla sonuçlanmıştır.<sup>22</sup> Bu dönem açısından TİP'in asıl önemi ise seçim sonucundaki başarısı yadsınmadan, işçilerin sözünün ve taleplerinin yine işçiler tarafından topluma ulaştırılmasıyla ilgilidir.<sup>23</sup> *Yarının Şarkısı*, sınıf deneyimi ile müzikal deneyimin birlikte gelişmesini gözler önüne sermesi ve işçilerin politik tahayyülünün içindeki bir deneyim olarak gelişmesi bakımından kayda değer bir örnek olmuştur:

---

<sup>18</sup> Politik müziğin ne olduğu ya da müziğin ne zaman politik olduğu sorusu alanda biriken onlarca tartışmaya rağmen güncelliğini hâlâ koruyan bir sorudur. Bu konuda Dunaway'ın yaklaşımı akla yatkın görünmektedir: "Sözlerin ya da melodinin dinleyicide politik yargı uyandırması ya da çağırması durumunda, müziğin politik olduğu söylenebilir. Bir müzik parçasının içerdiği politikanın iletilmesinde; parçanın söylendiği zaman dilimi, yorumcusu ve dinleyicisi rol oynar. Böylece politik müziğin en geniş kapsamlı betimlemesi, özgül bağlamını da göz önünde bulundurmamak durumundadır: Belli bir çalışmanın, belli bir zaman diliminin belli bir ortamındaki iletişimsel işlevinden söz ediyoruz" 2000: 50).

<sup>19</sup> Müziğin seçimler sırasında propaganda amacıyla kullanılması onun pragmatik kullanımı ifade eder. Bkz. Kumpasoğlu (2017)

<sup>20</sup> Seçimlerde Adalet Partisi (AP) oyların yüzde 52,9'unu alarak meclisteki sandalyelerin salt çoğunluğunu elde etmiş ve büyük bir zafer kazanmıştır. Bu seçimde CHP'nin oyları yüzde 28,7'ye düşmüştür (Zürcher, 2015: 363).

<sup>21</sup> Kısa süre sonra Muzaffer Karan partiden istifa etmiş ve TİP grubunun milletvekili sayısı 14'e düşmüştür.

<sup>22</sup> TİP'in oyların yalnızca yüzde 3'ünü almasına karşın 15 milletvekili çıkarmasının nedeni, o dönemdeki millî bakiye usulü sayesinde (Akşin, 2018: 267). Bu sistemde partilerin seçim çevrelerinde aldığı bütün artık oylar toplanır ve her partinin toplam artık oyu millî seçim kotasına bölünerek, bununla orantılı şekilde milletvekilleri dağıtılır. Türkiye'de yalnızca 1965 seçiminde uygulanan millî bakiye sistemi temsilde adaleti sağlama amacıyla oluşturulmuş olmasına karşın TİP'in meclisteki temsilini önlemek amacıyla daha sonra değiştirilmiş ve tekrar kullanılmamıştır.

<sup>23</sup> Ayrıca TİP, varlığıyla diğer siyasal partileri ideolojik açıdan kendilerini daha net şekilde tanımlamaya da zorladı (Zürcher, 2015: 358).

Bir şarkı olmalı, özlemi söyleyen  
bu koyu günlerden yarına ses veren  
bir sevgi olmalı, senden de yükselen  
sonra benimle bir yarına yön veren  
Bir umut olmalı gözlerinde senin  
gözlerimde benim yarına erişen  
bir yarın olmalı, başka türlü bir şey  
bir aydın, bir güzel yarına varmalı

#### 4.2. *Yarının Şarkısı*'nin kullanımı

TİP, seçim süreci boyunca propagandasında ve iletişim çalışmalarında farklı bir yol denemiştir.<sup>24</sup> Kapalı salon toplantıları ve açık hava buluşmalarında *Yarının Şarkısı*'ni açılış şarkısı olarak kullanmıştır (German, 1996: 106). Nitekim parti müzikleri ve şarkıları, partilerin temsilî imajının işitsel kopyasıdır (Brown, 1952: 4). TİP de gelecekle ilişkili başka türden bir toplum yaşamına dayanan politik tahayyülünü bu şarkı aracılığıyla kendi imajının parçası olarak kullanmaya çalışmıştır. Dahası pek çok toplantıya eserin yorumcusu German da hem konuşulanları dinlemek hem de şarkıyı seslendirmek üzere katılmıştır:

“Alantur Oteli'nde unutulmaz günler geçirdik... Doyamadık... Doyamadık ama, belli bir tarihte İstanbul'da olmamız lazım. Seçimler var. İşçi Partisi'nin 15 milletvekili çıkardığı 1965 seçimleri...” (German, 1996: 117).

1965 seçimi arifesinde TİP'in politik önerilerini ve tahayyülünü topluma ulaştırdığı önemli siyasal seslenme biçimlerinden biri özellikle büyük şehirlerde etkili olabilen kapalı salon toplantılarıdır (Atılğan, 2021: 40). Partinin düzenlediği gecelere Mahsuni, Nesimi Çimen, Âşık İhsani gibi ozanlar da katılmıştır. Örneğin bu toplantılardan biri *Saray Sineması*'nda yapılan konserli etkinliktir. Âşık Ali İzzet, Âşık İhsani, Âşık Nesimi, Ruhi Su ve Tülay German'ın sahne aldığı konser (German, 1996: 109), seçim öncesindeki en büyük kapalı salon toplantıları arasındadır. Benzer şekilde Ankara Kızılay'daki *Büyük Sinema*'da da bir kapalı salon toplantısı yapılmış ve büyük etki yaratmıştır (Atılğan, 2021: 40). TİP'in düzenlediği kapalı salon etkinliklerinde *Yarının Şarkısı* ile açılış yapmasının, üyelerin ve potansiyel üyelerin var olan politik söylemlere yakınlık duymaları ve işçilerin politik taraflarını netleştirmeleriyle sonuçlanabileceğini düşünmek olasıdır.

<sup>24</sup> TİP'in 1965 seçimindeki politik söylemini ve propagandasını, seçim bildirisi ve kampanyası ile parti yöneticilerinin demeçleri aracılığıyla inceleyen bir çalışma için bkz. Gençalp (2008)

Bu noktada toplumsal hareketlerde bireylere grup bilinci ve aidiyeti kazandırması açısından müziğin kullanımını sınıf deneyiminin gerçekleşme formu olarak soyutlanabilir. Kaldı ki müzik siyasal söylemlerde motivasyon aracı olarak kullanılmakta ve politik önerilerin daha anlaşılabilir olmasına katkı sağlamaktadır (Girgin, 2020: 41).

TİP'in topluma sesini ulaştırmak için kullandığı bir başka siyasal biçim açık hava toplantıları, yani mitinglerdir (Atılğan, 2021: 40). Seçim süreci boyunca TİP, Tülay German, Âşık Nesimi Çimen, Âşık İhsani gibi isimleri mitinglerde bir araya getirmiş ve zaten *Yarının Şarkısı*'nı yaptırmıştır (Meriç, 2020).<sup>25</sup> German, mitinglere katılarak bu şarkıyı söylemiştir. Siyasal partilerin kendilerini hatırlatacak simgesel araçlara başvurduğu; söz konusu simgelerin akılda kalıcı, basit ve yoğun ifadeler içermesinden kaynaklı fayda sağladığı ve alımlayanlarda duygusal etki bıraktığı da düşünüldüğünde *Yarının Şarkısı*, özellikle sınıfın müzikal deneyimi açısından anlamlı konuma sahiptir. Şarkının yapım gerekçesi, ister parti tarafından sipariş edilmiş olsun, isterse de Erdem Buri'nin partiye bir armağan vermek istemesi olsun, sonuçta TİP'in seçim çalışmaları süresince partinin politik düşünce ve eylemiyle ilişkili olarak kullanılması olmuştur.

Tülay German'ın hikâyesi de 1960'lı yılların başından itibaren hayat arkadaşı olan Erdem Buri'yle tanışmasıyla başlamıştır. German, Buri'nin Moda Caddesi'nde bulunan ve dönemin aydınları için bir toplanma yeri hâline gelmiş evine sık sık gitmeye başlamış ve böylece TİP'li isimlerle yakınlaşma imkânına sahip olmuştur. German'ın "Hayatımda böyle ev görmedim. Ev değil, kulüp!.. Bir yere gitmeye gerek yok. Bütün İstanbul burada..." (1996: 89) diyerek anlattığı bu evin müdavimleri arasında Yaşar Kemal, Aziz Nesin, Orhan Kemal, Atıf Yılmaz, Metin Erksan, Âşık Nesimi, Selâhattin Hilav, Fethi Naci, Adnan Cemgil ve aynı zamanda Buri'nin kuzini de olan Suat Derviş ve Kemal Tahir, İlhan Usmanbaş, Muammer Yeşil gibi isimler yer almıştır.<sup>26</sup>

"Bazı akşamlar, provadan veya çekimden sonra eve geldiğimizde, salon, yemek odası, Erdem'in çalışma odası, teras dolu olurdu. Terasta: Müzisyenler Sendikası Başkanı Muammer Yeşil, Besteci ve Ankara Devlet Konservatuarı Müdürü İlhan Usmanbaş'la konuşuyor. Salonda: Ankara Devlet Operası'ndan Atıf Usmanbaş, Eleştirmen Adnan Benk'in karısı Şelâle Benk, Avukat Gülçin Hasa...Yemek odasında: Gülçin'in ortağı, Avukat Ziya Nur'la, benim Üsküdar Amerikan Lisesi'nden sınıf arkadaşım Nur Birgi bezik oynamakta...Çalışma odasında: Aziz Nesin, birçok değerli kitabı Türkçeye çeviren Şerif Hulûsi, Selâhattin Hilav, Fethi Naci..." (German, 1996: 88).

<sup>25</sup> Meriç, bir başka yazısında (2021) adı geçen şarkının TİP'e "hediye edildiğini" belirtmiştir. Nitekim yapımcı Erdem Buri, TİP'in kurucuları arasında yer almıştır.

<sup>26</sup> Bu konudaki daha detaylı bilgiler için bkz. Kulak (2020)

German'ın ve *Yarının Şarkısı*'nın TİP'le kurduğu ilişki de Buri üzerinden gelişmiştir. Gelgelelim partinin Tülay German'la ilişkisi yalnızca seçim çalışmalarında kullanılmak üzere yapılacak şarkının seslendirilmesinden kaynaklanmamaktadır. Bu ilişki bir açıdan sanatçı-dinleyen ilişkisini de göstermektedir. Örneğin Mehmet Ali Aybar ve Sadun Eren, German'ın konserini dinlemek üzere çeşitli salonlara gitmişlerdir. Daha sonraki zamanlarda bu isimler arasındaki ilişkinin arkadaşlığa evrildiği de anlaşılmaktadır. German'ın ifadeleriyle:

“Hemen, Ankara'dan, İntim'den bir teklif. Sahibi Enver Bey'le Park Otel'de görüştük ve gecede birçok şarkıcının elli lira aldığı bir devirde, 850 liraya sözleşme imzaladık. İntim'de çalışmaya başladığımın ikinci gecesi, programdan önce, soyunma odama girdim. Bir de baktım ki, tek sandalye yok. Erdem: “sakın sesini çıkarma, bütün salon ağzına kadar dolu, onun için senin sandalyelerini bile almak zorunda kalmışlar,” dedi. Başka bir gece, Mehmet Ali Aybar ile Sadun Aren gelmişler. Girememişler. Tek yer yokmuş. Mehmet Ali Bey çok sonra söyledi bunu, üzülme diyeyim diye” (1996: 109).

Erol Büyükburç'un plakları ve konserleriyle döneme damga vurduğu zamanlarda Tülay German da Türkiye'de yeni bir tarzın yıldızı olarak parlamıştır (Meriç, 2006: 36). *Burçak Tarlası* gibi bir ilke imza attığı plak tutunca hemen ikinci plağı olan *Kızılçıklar Oldu Mu* ile arka yüzündeki *Yarının Şarkısı* yayımlanmıştır. Eser 1965 parlamento seçiminde TİP'in propaganda çalışmalarında kullanılmadan evvel, ilk kez, Otel Yeni Boğaziçi'nin kapalı salonunda seslendirilmiştir:

“Derken... Yazlık Dağ Kulüp'ten bir teklif... Erdem Buri'nin yaptığı güzel bir düzenlemeyle Süpürgesi Yoncadan Eminem adlı türküyü ilave ettim. Arkasından Otel Yeni Boğaziçi diye, hava meydanını hatırlatan kocaman sevimsiz bir salonda, ilk kez Erdem'in sözlerini ve müziğini yazdığı *Yarının Şarkısını* söyledim. *Yarının Şarkısı*, 1965 seçimleri için İşçi Partisi'nin yaptığı toplantılarda açılış şarkısı olarak çalındı” (German, 1996: 106).

1965 yılında Yugoslavya'da düzenlenen *Balkan Melodileri Festivali* eserin seslendirildiği bir diğer yer olmuştur. Festivale katılacak Türk orkestrası, Erdem Buri'nin evinin terasında kurulmuş ve şu isimlerden oluşmuştur: “Piyanoda: Selim özer, davulda: Vasfi Uçaroğlu, basta: Alper Feyman, gitarda: Yurdaer Doğulu, saksofonda: Erol Erginer. Şarkıcı olarak: Tanju Okan, Erol Büyükburç ve Tülay German” (German, 1996: 107). Festivalin millî bestelerin söylendiği ikinci kısmında German, Ali İzzet'ten *Mecnunum Leylamı Gördüm* ile Erdem Buri'nin bestelediği *Yarının Şarkısı*'nı söylemiştir (German, 1996: 108).

### 4.3. *Yarının Şarkısı*'nda içerik

Şarkının ritmik bir söz iletme aracı olduğunu, sözlerinin de bu iletişimin kaynakları olarak kullanılabileceğini düşündüğümüzde *Yarının Şarkısı*'nın sözleri açısından da ele

alınabileceği söylenebilir. Çalışmanın bu aşamasında betimsel analizden yararlanılmış ve şarkı sözleri retorik açıdan (Aristoteles, 2018: 27-28) incelenmiştir.<sup>27</sup>

*Yarının Şarkısı*'nda öne çıkan esas retorik öge karşıtlıklardır, eserde daima karşıtlıkların dile getirildiği izlenebilir. Bunlardan en belirginini ise bugün ile yarın arasındadır: “Bu koyu günlerden yarına ses veren / bir sevgi olmalı.” Bugünün koyu ve karanlık olduğuyla ilişkili bu vurgu işçilerin kolektif çıkarlarıyla bağdaşmayan ve onların içinde bulunduğu zor şartlara gönderme yapan bir kodlamaya sahiptir. “Bir yarın olmalı, başka türlü bir şey” derken de bugünden farklı bir yaşama vurgu yapılmıştır.

*Yarının Şarkısı*'nda anlamı inşa eden esas ana tema ise gelecek ve gelecekteki farklı türden bir toplum yaşamıdır. Bunun mümkün olduğunu anımsatan ve gelecek günlere vurgu yapan bu şarkının sözleri TİP'in yarınların bugünlerin koyu ve karanlık günlerinden farklı ve aydınlık olacağı fikrini dinleyenlere anıştırmaktadır. Attali'nin (2005: 15) vurguladığı gibi müzik bir dönemin estetiğinin yankısı olmaktan öte, günceli aşmakta ve geleceği bildirir. *Yarının Şarkısı* da bu anlamıyla geleceği bildirmiştir. TİP'in o dönemdeki diğer propaganda faaliyetlerinde de benzer vurgular bulunmaktadır. Yaşar Kemal'in 26 Eylül 1965'te yaptığı bir radyo konuşmasında kullandığı “Yeni bir gün doğuyor, yeni bir gün doğuyor...” ifadesi buna örnek gösterilebilir. Bu açıdan düşünüldüğünde *Yarının Şarkısı* hem kendi içindeki alt metinlerle hem de kendi dışında kalanlarla söyleşerek TİP'in diğer iletişim çalışmalarıyla uyum içindedir ve kendi içinde tutarlı bir söylem düzeni oluşturmuştur.

Şarkının kendine has söyleminde kendinden emin ve erdemli bir ton bulunduğunu söylemek de yanlış olmaz. “Yarına yön veren” “bir aydın” karakterine sahip *Yarının Şarkısı* konuyla ilgili olarak alımlayanlarının özdeşlik kurması bakımından argümanı kendisiyle desteklemektedir. Dinleyenlerin ruh hâline ve duygu durumuna yönelen bir iletişim kaynağı olarak ise özlem, sevgi ve umut gibi olumlu duygulanımları çağrıştırmaktadır. Bu noktada şarkı sözlerindeki inandırıcılık başka türden toplum yaşamının olması gerektiği fikriyle sağlanmaya çalışılmıştır. Şarkının sözleri bir aday ya da adayları tanıtmaktan ziyade ortak geleceğe ve dolayısıyla ortak anlam ufkuna vurgu yapmaktadır.

İşçilerin kolektif kimliğinin inşa edilmesi ve müzikal toplumsallaşma bakımından şarkının retorik öğeleri duygusal ortaklık ve ortak anlam ufkunun geliştirilme çabasının yansıması olarak değerlendirilebilir.

<sup>27</sup> Michel Meyer (2017) retorik günün konuşmalardan sanata dek her alanda var olduğunu ifade etmektedir. Bu bakımdan retorik analiz taraflar arasındaki ikna, ret ya da müzakere ilişkisinin görülebilmesine olanak sağlar.



*Yarının Şarkısı*'nın tarihsel öyküsünde sınıf mensuplarının şarkının sözlerinde somutlaşan ortak anlamları, tutumları ve değerleri paylaşması olasılıkla beklenmiştir. Bu anlamıyla şarkı ve sözleri ortak alımlama sürecinin dikkate değer parçaları olarak gelişmiştir. Bu müzikal deneyim hem Tülay German'ın dönemin popüler olmasından kaynaklanmış hem de şarkının popülerleşmesine neden olmuştur. Bu noktada belirtilebilir ki işçiler nezdinde popüler olmuş şarkıların hemen hepsi, sıkı sıkıya tanımlanmış bir dizi konvansiyona uymak zorundadır (Hoggart, 2022: 243-44). Bu konvansiyon söz konusu şarkıların genellikle az sayıda dize ve notayla oluşturulmasıdır. *Yarının Şarkısı* da az sayıda dize ve nota kullanımı açısından işçi şarkılarının tipik özelliğini gösterir.

*Yarının Şarkısı*, kendini çevreleyen işte bu tarihsel-toplumsal koşullarla birlikte deneyim temelli iletişim olayı olarak gerçekleşmiştir. Nitekim müzik duyguların ve anlamların birbiri ardına dizildiği sosyal bir anlamlandırma pratiği olduğundan, bu eserin dinleyenlerin ortak anlamlandırma sürecine denk düştüğü varsayılabilir.

## 5. Sonuç

Bu çalışmada *Yarının Şarkısı*'nın oluşumu ile bunda göze çarpan aktörlerin ve olayların keşfedilmesi amaçlanmıştır. Bir iletişim olayı olarak *Yarının Şarkısı*, olayın nerede ve ne zaman gündeme getirildiğine (bağlam), kime, nasıl yöneldiğine (kullanım) ve paylaşılanın ne olduğuna (içerik) yoğunlaşarak ele alınmıştır.

*Yarının Şarkısı*'nın tarihsel öyküsüne bakıldığında, kültürel üretimde yerli bestelerin yaygınlaştığı bir ortamda oluşturulduğu; 1960'lı yılların başından itibaren Tülay German'ın Erdem Buri'yle olan yakınlığının eserin oluşumunda etkili olduğu; TİP'li isimlerle olan tanışıklığının eserin seçim şarkısı olarak kullanılmasını kolaylaştırdığı görülmektedir. Öne çıkan esas retorik ögenin karşıtlıklar; anlamı oluşturan ana temanın gelecek ve gelecekteki farklı türden toplum yaşamı olduğu söylenebilir.

Erdem Buri'nin besteleyip Tülay German'ın seslendirdiği bu eser, TİP'in 1965 seçimlerindeki iletişim çalışmalarında müstesna yer tutmuştur. O dönemde kapalı salon toplantıları ve mitinglerde açılış müziği olarak kullanılmış, böylelikle işçilerin politik özneler olarak kendilerini müzik aracılığıyla kültürel açıdan tanımlamalarında kayda değer rol üstlenmiştir. Bu açıdan müziğin politik iletişim için güçlü bir araç olabileceğini göstermiştir. *Yarının Şarkısı*'nın oynadığı bu rol müzikal toplumsallaşma kavramıyla belirginleştirilebilir.

Herhangi bir toplumsal grubun müzikal deneyimiyle ilişkili olarak kendini kültürel alanda tanımlaması, toplaması ve birleştirmesi anlamındaki müzikal toplumsallaşma çoğunlukla işçilerden oluşan parti seçmenlerinin duygusal ve algısal birliğini oluşturmuştur. Diğer deyişle politik özne olarak işçiler değer ve tutum sistemlerini bu şarkıyla sembolik olarak desteklemiştir.

Müzikal toplumsallaşma ve deneyim olarak iletişim bağlamında *Yarının Şarkısı*'nın tarihsel öyküsünü ve özgün yanlarını keşfetmek, Türkiye tarihinde müziğin politik arenada kullanım biçimlerine ilişkin yapılan tartışmaları geleneksel etki paradigmasının ötesine geçerek anlamlandırmak için yeni bir bakı sağlamaktadır. Bu açıdan farklı yaklaşımlara dayanarak gerekçelendirilebilecek politik iletişim kavrayışları bundan sonraki çalışmalar için hareket noktası olabilir.

## Kaynakça

- Akçay, Ş. Ö. (2016). Seçim çalışmalarında müzik kullanımının seçmenlerin oy tercihlerine etkileri. Lehimler, E. & Çelenk, K. (Ed.), *1. Erzurum Ulusal Müzik Bilimleri Sempozyumu Tam Metin Bildiriler Kitabı* (s. 845-871). Atatürk Üniversitesi Yayınları
- Akçay, Ş. Ö. & Solmacı, C. (2020). Türkiye’de müzik ve politika ilişkisi üzerine yapılmış akademik çalışmaların incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(72), 337-348.
- Akşin, S. (2018). *Kısa Türkiye tarihi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları
- Alkan, M. Ö. (2003). Tarihyazımında ihtmal edilmiş bir kaynak tarihin sesli tanıkları: Plaklar. *Toplumsal Tarih*, 19(117), 12-19.
- Ani, K. J. & Aro, G. C. & Okorie, G. M. (2014). Music as a tool for peaceful political socialization in Nigeria. *Mandyeng: Journal of Central Nigeria Studies*, 131-142.
- Ankersmit, F. R. (1994). *History and tropology*. University of California Press.
- Aristoteles. (2011). *Politika*. (M. Tunçay, Çev.). Remzi Kitabevi
- Aristoteles (2018). *Retorik* (F. Akderin, Çev.). Say Yayınları.
- Atılğan, G. (2015). Sanayi kapitalizminin şafağında. Atılğan G., Saraçoğlu, C., & Uslu, A. (Ed.), *Osmanlıdan günümüze Türkiye’de siyasal hayat içinde* (s. 501-656). Yordam Kitap.
- Atılğan, G. (2021). Sunuş: Türkiye İşçi Partisi’nin radyo konuşmaları: ‘O koyu günlerden yarına ses veren’. Aşut, A. & Atılğan, G. (Haz.), *Türkiye İşçi Partisi radyoda: Proletaryanın büyüdü kutusu içinde* (s. 27-70). Yordam Kitap.
- Attali, J. (2005). *Gürültüden müziğe: Müziğin ekonomi-politiği üzerine*. (G. G. Türkmen Çev.). Ayrıntı Yayınları
- Aybar, M. A. (2014). *Türkiye İşçi Partisi tarihi*. İletişim Yayınları

- Beşevli Solmaz, P. (2014). *İkinci Dünya Savaşı sonrası Türkiye’de çağdaş müzik politikaları (1945-1990)* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Ondokuz Mayıs Üniversitesi
- Brown, C. (1952). *Politics in music*. Farsight Press
- Çıfci, Y. (2016). *Ötekinin sesi: İktidar ve müzik ilişkisi bağlamında Kürt müziğinin söylemsel analizi* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Sakarya Üniversitesi
- Dewey, J. (2021). *Deneyim olarak sanat*. (N Küçük, Çev.). VakıfBank Kültür Yayınları
- Dilmener, N. (2014). *Bak bir varmış bir yokmuş: Hafif Türk pop tarihi*. İletişim Yayınları
- Dunaway, D. K. (2000). ABD’de politik iletişim olarak müzik. (T. İblağ, Çev.). Lull, J. (Ed.). *Popüler müzik ve iletişim içinde*, (s. 48-70). Çiviyazıları Yayınları
- Erdoğan, İ. (2000). Müziğin ve toplumsalın üretimi: Müziğin siyasal ekonomisi, kültürü ve ideolojisi üzerine araştırma gereği. *Ve Müzik: Araştırma ve Yorum Dergisi*, 6, 8-16.
- Eren, O. (2017). *Türkiye’de protest müzik alt alanı: Kardeş Türkiler örneği* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
- Gadamer, H. G. (2008a). *Hakikat ve yöntem: Birinci cilt*. Arslan, H. & Yavuzcan, İ. (Çev.). Paradigma Yayıncılık
- Gadamer, H. G. (2008b). *Philosophical hermeneutics*. (D. E. Linge, Trans., Ed.). University of California Press
- Gençalp, E. (2018). Türk siyasal yaşamında ana-akım dışı bir siyasal parti ve propaganda örneği: TİP ve 1965 seçimleri. *Political Communication in Theory and Practice: Proceeding Book*, 211-231.
- German, T. (1996). *Erdemli yıllar*. Bilgi Yayınevi
- Girgin, Ö. (2020). *Doksanlı yıllarda müzik ve siyaset: Seçim şarkıları üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Necmettin Erbakan Üniversitesi
- Göksu, O. (2018). 1991 genel seçimlerinde ANAP’ın seçim kampanyasının siyasal kültür ekseninde değerlendirilmesi ve Mesut Yılmaz’ın rolü. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 1-20.
- Hoggart, R. (2022). *Okuryazarlığın kullanımları: İşçi sınıfı yaşamının veçheleri*. (M. Kirik & L. Ünsaldı, Çev.). Heretik Yayınları.
- Kaemmer, J. E. (1993). *Music in human life; Anthropological perspectives on music*. University of Texas Press
- Kaygusuz, E. F. (2021). *Sınıf ve iletişim: Türkiye’de sendikaların iletişim deneyimleri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Kaygusuz, E. (2023, April 27-30). John Dewey'in sanat yaklaşımını iletişim perspektifinden müziğe uygulamak. [Konferans bildiri özeti]. *7th International Congress of Eurasian Social Sciences*, Bodrum, Muğla, Turkey. <https://www.icoess.com/upload/82178359-fea4-469f-875a-2a01e6ceb3ca.pdf>
- Kızılkaya, R. (2021). Türk siyasal hayatında bir ikna aracı: Seçim müzikleri (1965-1995). *Anasay*, (16), 151-176.
- Kulak, G. (2020, Ekim 4). 'Yarının şarkısı' ve yarınlara şarkıcısı: Tülay German. *Sol Haber*. <https://haber.sol.org.tr/haber/yarinin-sarkisi-ve-yarinlarin-sarkicisi-tulay-german-16110>

- Kumpasoğlu, B. B. (2017). *Müziğin pragmatik kullanımı bağlamında Türkiye’de seçim şarkıları: 2014 seçimleri örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Kutluk, F. (1997). *Müzik ve politika*. Doruk Yayınevi
- Lull, J. (2000). *Popüler müzik ve iletişim*. (T. İbلاغ, Çev.). Çiviyazıları Yayınları
- Jay, M. (2012). *Deneyim şarkıları: Evrensel bir tema üzerine modern çeşitlemeler*. (B. E. Aksoy, Çev.). Ayrıntı Yayınları
- Martinello, M. & Lafleur, J. M. (2001). Ethnic minorities’ cultural and artistic practices as forms of political expression: A review of the literature and a theoretical discussion on music. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 1-25.
- Meriç, M. (2006). *Pop dedik: Türkçe sözlü hafif Batı müziği*. İletişim Yayınları
- Meriç, M. (2021, Ekim 10). Şarkılı Memleket Takvimi’nden bir yaprak. *Gazete Duvar*. <https://www.gazeteduvar.com.tr/sarkili-memleket-takviminden-bir-yaprak-10-ekim-makale-1538009>
- Meyer, M. (2017). *What is rhetoric?* Oxford University Press.
- Odabaşı, F. (2006). Dil-kültür bağlamında müzik dili ve bunun sosyal bütünleşmedeki yeri. *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14, 237-158.
- Önürmen, O. & Temel, F. (2014). Popülerleşen siyaset, siyasallaşan müzik: 30 Mart 2014 yerel seçim şarkıları üzerine bir çalışma. *İletişim ve Diplomasi*, Özel sayı, 49-64.
- Öztürk, S. (2014). Siyasal ikna ve seçim müzikleri: Türkiye üzerine bir inceleme. *İletişim ve Diplomasi*, (4), 195-218.
- Paçacı, İ. (2019). Müzik ve siyaset: Duygu ve düşüncenin etkileşimsel işbirliği. *İnsan&İnsan*, 6 (21), 691-712.
- Platon. (2005). *Devlet*. (C. Taşkıran, Çev.). Pan Kitapevi Yayınları
- Roman, W. J. (2008). *Silence and screams: Nueva Cancion and its impact on political movements in Chile, Argentina and Uruguay*, [Unpublished MA Thesis]. Ball State University
- Sarıboğa, B. & Akıncı, Ç. (2017). Antik Yunan toplumunda ve felsefesinde müzik ve flüt çalgısı. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Akademik Müzik Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 17-32.
- Strong, T. B. (2010). Music, the passions and political freedom in Rousseau, *in Rousseau and freedom*, Hoffman, S. & McDonald, C. (Eds.). Cambridge University Press
- Suvakoviç, M. (2013). Aesthetics, politics and music in the context of critical theory. *New Sound, International Journal of Music*, 42, 17-27.
- Tagg, P. (2001). Popular music studies: Bridge or barrier?, In Tonini, G. (Ed.), *Musica come ponte tra i popoli/Die Musik als Brücke zwischen den Völkern* (pp. 128-142). Libreria Musicale Italiana
- Tanyıldızı, N. (2013). Siyasal iletişimde müzik kullanımı: 2011 genel seçim şarkılarının seçmene etkisi. *Selçuk İletişim*, 7(2), 97-110.
- Thompson, E. P. (2015a). *Teorinin sefaleti: Hatalı bir devridaim makinesi*. (A. F. Yıldırım, Çev.). Nika Yayınevi.

- Thompson, E. P. (2015b). *İngiliz işçi sınıfının oluşumu*. (U. Kocabaşoğlu, Çev.). Birikim Yayınları.
- Turhanlı, H. (1996). *Müzik ve muhalefet*. Altıkkırkbeş.
- Turner, G. (2016). *İngiliz kültürel çalışmaları*. (D. Özçetin & B. Özçetin, Çev.). Heretik Yayınları
- Ulubilgin, B. (2018) “Gönüllü müzik olayları”: Kavramsal bir girişim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(58), 500-506.
- Williams, R. (2017). *Kültür ve toplum: 1780-1950*. (U. Kocabaşoğlu, Çev.). İletişim Yayınları
- Wood, E. M. (2016). *Kapitalizm demokrasiye karşı*. (Ş. Artan, Çev.). Yordam Kitap
- Zürcher, E. J (2015). *Modernleşen Türkiye'nin tarihi*. (Y. Saner, Çev.). İletişim Yayınları

# AŞIRI NİTELİKLİLİĞİN İNOVATİF DAVRANIŞ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE TEKNO-STRESİN MODERATÖR ETKİSİ: AKADEMİSYENLER ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Hilal TANYILDIZI<sup>1</sup>, Elif HABİP<sup>2</sup>

## Öz

Bilgisayar teknolojilerinin kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Örgütlerin bilgisayar teknolojilerini daha aktif kullanma isteği çalışanları bu teknolojilere adapte olma zorunluluğuna neden olmaktadır. Fakat teknoloji kullanımının artışının çalışanlar üzerinde bazı baskılar doğurabileceği de görülmektedir. Tekno-stres kavramı bu noktada hayatımıza girmektedir. Çalışmanın örneklemi 193 akademisyenden oluşmaktadır. Meslek grubu olarak akademisyenlerin seçilmesinin sebebi, bu kişilerin güncel hayatlarında bilgisayar teknolojilerini hem idari hem de akademik anlamda kullanıyor olmasıdır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS programında analiz edilmiştir. Analiz bulgularına göre aşırı nitelikliliğin kendini üstünü görme ve işini küçük görme şeklinde iki boyuta ayrıldığı ve bu bağlamda literatür ile benzer sonuç verdiği gözlemlenmiştir. Bu çalışmada aşırı nitelikliliğin kendini sütun görme boyutunun inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin moderatör etkisi vardır. Diğer taraftan aşırı nitelikliliğin işini küçük görme boyutunun inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin moderatör etkisi bulunmamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Aşırı niteliklilik, İnovatif davranış, Tekno-stres

**JEL Sınıflaması:** M10, M20, D23

## MODERATOR EFFECT OF TECHNOSTRESS ON THE EFFECT OF OVERQUALIFICATION ON INNOVATIVE BEHAVIOR: AN APPLICATION ON ACADEMICIANS

### Abstract

The use of computer technologies is increasing gradually. Organizations' desire to use computer technologies more actively causes employees to adapt to these technologies. However, it is also seen that the increase in the use of technology may cause some pressures on the employees. The concept of technostress has started to arise in our lives at this point. The sample of the study consists of 193 academicians. The reason for choosing academics as a occupational group is that these people use computer technologies both administratively and academically in their current lives. The data obtained within the scope of the research were analyzed in the SPSS program. According to the results of the research, it was observed that overqualification was divided into two dimensions as self-righteousness and job misprision, and as a result, it gave similar results with the literature. In this study, techno-stress has a moderator effect on the effect of self-righteousness dimension of overqualification on innovative behavior. On the other hand, the moderator effect of techno-stress was not found in the effect of job misprision dimension of overqualification on innovative behavior.

**Keywords:** Overqualification, Innovative Behavior, Technostress

**JEL Classification:** M10, M20, D23

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (İktisat) - Araştırma Görevlisi, Beykent Üniversitesi, İİBF, [hilaltanyildizi@beykent.edu.tr](mailto:hilaltanyildizi@beykent.edu.tr), ORCID: 0000-0003-1522-0498

<sup>2</sup> Araştırma Görevlisi (Dr.), İstanbul Galata Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, [elif.habip@galata.edu.tr](mailto:elif.habip@galata.edu.tr), ORCID: 0000-0002-6297-8624

\*Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler için Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu, Karar Tarihi:06.08.2021 /

## 1.Giriş

Örgütler değişen ve gelişen çevre koşulları içinde ayakta kalma mücadelesi vermektedir. Bu sebeple çalışanlar örgüt için en önemli iç kaynaktır. Rekabet ortamında üstünlük elde edebilmek ve bu durumu sürdürebilmek için sahip olunan insan kaynağını en iyi şekilde değerlendirmek gerekmektedir. Hatta bir işin başarılı bir şekilde ortaya konulabilmesi adına o işe en uygun kişinin seçilmesi örgütler için olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Örgütler için en değerli kaynak olan “insan” faktörünü doğru yönlendirebilmek adına kişilerin sahip oldukları bilgi ve becerilerin ön planda tutulması ve çalışanların bir işi başarıyla gerçekleştirebilmesi için en uygun ortamın sağlanması gerekmektedir.

Bilgisayar sistemlerinin giderek önem kazandığı günümüzde mevcut durumun çalışanlar üzerindeki yapıcı/yıkıcı etkileri de merak uyandırmaktadır. Bu kapsamda, bu çalışmada çalışanların sahip olduğu aşırı nitelikli olma durumunun onların inovatif davranışları üzerindeki etkisinde, özellikle pandemi ile birlikte hayatımızda daha fazla yer alan, artan teknoloji kullanımı sebebiyle ortaya çıkan tekno-stresin moderatör etkisi araştırılmıştır. Çalışanların yaptığı işten daha fazla eğitim ve beceriye sahip olmasının onların inovatif davranışlarını ortaya koymada ne derece etkili olduğu ve tekno-stresin moderatör etkisiyle bu durumun hangi yöne eğilim göstereceği tarafımızca açıklanmaya çalışılmıştır.

## 2.Kavramsal Çerçeve

### 2.1.Aşırı niteliklilik

Alan yazında “Overqualification” şeklinde ifade edilen kelime Türkçe karşılığı olarak “aşırı yeterlilik, fazla vasıflı olma, fazla nitelikli ve aşırı niteliklilik” olarak kendini göstermektedir (Yıldız vd., 2017). Bu kavram ilk olarak Freeman’ in (1976) “The Overeducated American” isimli kitabında ele alınmıştır. Bununla birlikte bu kavramın eksik istihdam ile var olduğu ifade edilmektedir. Eksik istihdam, kişinin sahip olduğu tüm nitelikleri ve önceden çalışmış olduğu işinden aldığı ücretin mevcut işindekinden daha yüksek olması şeklinde ifade edilmektedir (Feldman, 1996, s.387).

Aşırı niteliklilik kavramı daha detaylı olarak Freeman (1976) tarafından, çalışanların ortaya koydukları iş için aslında hiç de gerekli olmayan fakat sahip oldukları yüksek eğitim seviyeleri şeklinde tanımlanmaktadır.

Bir diğer tanıma göre ise aşırı niteliklilik kavramı, bireylerin mevcut işlerinin yürütülmesinde gerekli olan eğitim ve sahip oldukları niteliklerden daha fazlasını içermeleri şeklindedir (Khan ve Morrow, 1991; Verhaest ve Omeij, 2006; Green ve McIntosh, 2007). Bunlara ek olarak aşırı niteliklilik bir çalışanın mevcut işi gerçekleştirebilmek adına gerekenden çok daha fazla niteliklere sahip olduğuna yönelik öznel izlenimini ifade etmektedir (Maynard vd., 2015).

Yıldız vd., 2017 yılında ortaya koyduğu çalışmada aşırı niteliklilik kavramının iki boyutlu bir şekilde ortaya çıktığını ifade etmektedir. Bu çalışmaya göre aşırı niteliklilik kavramının kendini üstün görme ve işini küçük görme olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. Kendini üstün görme boyutu bir çalışanın mevcut yapması gereken işten daha fazla kabiliyete sahip olmasını ifade ederken, işini küçük görme boyutu bir çalışanın sahip olduğu kabiliyetini mevcut yapması gereken iş üzerinde tam anlamıyla kullanmamasıyla ortaya çıktığı ifade edilmektedir. Bu çalışmada da aşırı niteliklilik kavramı kendini üstün görme ve işini küçük görme boyutları çerçevesinde şekillendirilmiştir.

## 2.2.İnovatif Davranış

Rekabetçi dünyada örgütlerin kendileri için fırsatlar yaratması önem taşımaktadır. Aynı şekilde çalışanlarda mevcut örgütleri için değer yaratarak rekabetçi dünyada var olmayı amaçlamaktadır. Özellikle, çalışanların örgütlerindeki yenilikçi davranışları örgütsel açıdan hayatta kalabilmek adına önemli bir koşul olarak öne sürülmektedir (Hon vd., 2016; Lee ve Hyun, 2016; Hakimian vd., 2016).

İnovatif davranış, literatürde çalışanların iç yaratıcılığının dışa dönük bir ifadesi şeklinde açıklanmaktadır. Özellikle yaratıcılığı geliştirmeye yönelik kullanılan bir yöntemdir. Bununla birlikte çalışanların mevcut performanslarını arttırmak ya da işlerinde meydana gelen sorunları ortadan kaldırmaya yönelik yeni fikirler oluşturup bunları uyguladığı bir süreç olarak ifade edilmektedir (Janssen vd., 2004; Zhou ve George, 2001). Yenilikçi davranış, fikirlerin uygulamaya geçirilmesi ve gerçekleştirilmesiyle ilgilenen kişiler arası sosyo-psikolojik bir süreci kapsamaktadır (Anderson vd., 2014; Rank vd., 2004). Bu bağlamda inovatif davranış bir iş görevi ya da örgüte katma değer üretebilmek için bilinçli olarak yeni fikirlerin ortaya konulması ve bunların uygulanarak hayata geçirilmesini kapsamaktadır (Janssen, 2000, s.288).

İnovatif davranış içinde birçok aşamayı barındırarak ortaya çıkmaktadır.

İlk olarak bir problemin belirlenmesi ve probleme yönelik yeni fikir ya da çözümlerin ortaya konulmasıyla kendini göstermektedir.



Sonraki aşamada yenilikçi fikir geliştirenler bu fikirler için sponsor arayışı içine girmektedir. Son aşamada ise yeniliği ortaya koymayı hedefleyen birey mevcut problemin çözümü için geliştirdiği fikir ya da çözümleri somutlaştırarak bir model ortaya çıkararak bu durumu kurumsallaştırmaktadır (Kanter, 1988'den aktaran Scott ve Bruce, 1994). Çalışanların sergilemiş olduğu inovatif davranışlara örnek olarak yeni teknolojileri araştırma çabası içerisine girmek, belirlenen hedeflere yönelik yeni yollar önermek, örgütte yeni çalışma şekilleri uygulamak ve yeni fikirleri hayata geçirebilmek için kaynak araştırması yapmak gibi uygulamalar verilmektedir (Yuan ve Woodman, 2010:324).

### 2.3.Tekno-stres

Örgütler birçok fonksiyona sahip yapılardır. Bu fonksiyonları aksatmadan işletebilmek adına örgüt içinde meydana gelen herhangi bir durum çalışanlar üzerinde baskı oluşturma imkânına sahiptir. Bu noktada karşımıza “stres” kavramı çıkmaktadır. Genel anlamda olumsuz bir durumu ifade eden stres kavramı, “kişinin çevresinden veya kendinden kaynaklanan fiziksel ya da psikolojik etkilerden dolayı, davranışsal ve fiziksel değişime uğraması, organizmanın etkilenmesine neden olan önce psikolojik sonra da fiziksel etkisi görülen güç” şeklinde tanımlanmaktadır (Gümüştekin vd., 2004).

Teknoloji ise rekabetçi dünyada örgütlerin de bu yarıştan geri kalmamaları adına kendilerini güncellemeye mecbur oldukları bir alandır. Hayatımızın olağan akışı içinde teknoloji yaşamımızı kolaylaştırması adına büyük bir öneme sahiptir. Bilgi ve iletişim teknolojileri düşük maliyet, yüksek verimlilik, yeni stratejik alternatiflerin yaratılması ve diğer yenilik olanakları açısından örgütler için önem taşımaktadır (Brynjolfsson ve Hitt, 1996; Don Santos ve Sussman, 2000; Kudyba ve Diwan, 2002). Günümüzde bilgi ve iletişim teknolojilerinin sıklıkla kullanılması tekno-stres kavramının da aynı hızda yayılmasına sebebiyet vermektedir (Liu ve Wang, 2011). Bununla birlikte, teknoloji kullanımıyla gelen sorunların sayısı da gündelik hayatımızda yer kaplamaya devam etmektedir (Akınoğlu, 1993). Amerikalı bir psikolog olan Craig Broad, bilgisayar teknolojisinin onu kullananlar için bir stres faktörü olabileceğini iddia edenlerden biridir ve bilgisayarla ilgili negatif deneyimler karşısında verilen psikolojik temelli tepkileri ifade etmek adına tekno-stres kavramından bahsetmiştir. Kendisi tekno-stres kavramını yeni ortaya çıkan bilgisayar teknolojilerine karşı uyum sağlayamama durumu olarak ifade etmiştir (Dragano ve Lunau, 2020).

Literatürde tekno-stres için yapılan başka tanımlamalar ve açıklamalar da yer almaktadır.

Tekno-stres kavramı, bir örgütte çalışanların o örgütte ihtiyaç hissedilen beceri ve yetkinliklere sahip olmadıkları ve bu sebeple görevlerini gerçekleştirme durumunda kendini göstermektedir (Parv ve Im, 2012). Tekno-fobi ya da bilgisayar kaygısı olarak da bilinen tekno-stres, dolaylı ya da direkt olarak teknolojiden ötürü meydana gelen ve insan davranışları, düşünceleri ve psikolojisi için olumsuz etki oluşturan bir kavramdır (Weil vd., 1997). Bu sebeplerden ötürü tekno-stres çalışanlar ve onların kullanımına sunulan yeni teknolojiler arasında meydana gelen olumsuz psikolojik ve fiziksel bağlantı olarak da ifade edilebilmektedir. Bu tür olumsuz durumların meydana gelmesine teknolojik değişimin hızla gerçekleşmesi, çalışan eğitimi eksikliği, hızla artan iş yükü ve donanım ve yazılımların eksikliği gibi durumların tümü ya da bir kısmı neden olmaktadır (Shahrabi vd., 2015, s.518).

#### **2.4.Aşırı Niteliklilik, İnovatif Davranış ve Tekno-stres Kavramlarının Birlikte Ele Alınması**

Küreselleşmeyle birlikte teknolojik alanda yaşanan gelişmeler örgütleri hızla etkilemeye başlamıştır. Bu durum son dönemde yaşadığımız Covid-19 pandemisi ile birlikte yeni çalışma durumlarını ortaya çıkarmıştır. Evden çalışma kavramı hayatımıza aktif olarak girmiş ve bununla birlikte bu durum daha fazla bilgisayar teknolojilerine maruz kalma oranımızı eskiye göre arttırmıştır.

Aşırı niteliklilik ve inovatif davranış arasındaki ilişkiye baktığımızda aşırı nitelikliliğin çalışanların inovatif davranışlarına olumlu etkisi olduğu yapılan son çalışmalarda ortaya konulmaktadır (Sun ve Qiu, 2022). Genel olarak bu iki kavram arasındaki ilişkiye baktığımızda ise aşırı nitelikliliğin mevcut çevresel koşullar, kişinin sahip olduğu motivasyon vb. faktörlerinde etkisiyle inovatif davranışı olumlu ya da olumsuz etkileyebileceği gözlemlenmektedir (Görener ve Kaymakçı, 2019, s.110). Bu bağlamda, bu çalışmada güncel olarak maruz kaldığımız teknolojinin çalışan davranışları üzerindeki etkisinin ne olacağı tekno-stres kavramının değerlendirmeye alınmasıyla ortaya çıkarılmak istenmiştir.

Özellikle bazı sektörlerde bilgisayar teknolojilerinin daha fazla kullanımının sonuçları ve bu sonuçların çalışanlar üzerinde bıraktığı etki onların iş yaşamını direkt olarak etkilemektedir. Örneğimiz meslek grubu olan akademisyenler ise online ders verme, online kongrelere katılma, online öğrenci görüşmeleri vb. faktörler sebebiyle normal çalışma zamanlarından daha fazla teknolojik faktörlere ve bunun getirdiği ekstra iş yüküne maruz kalmışlardır.

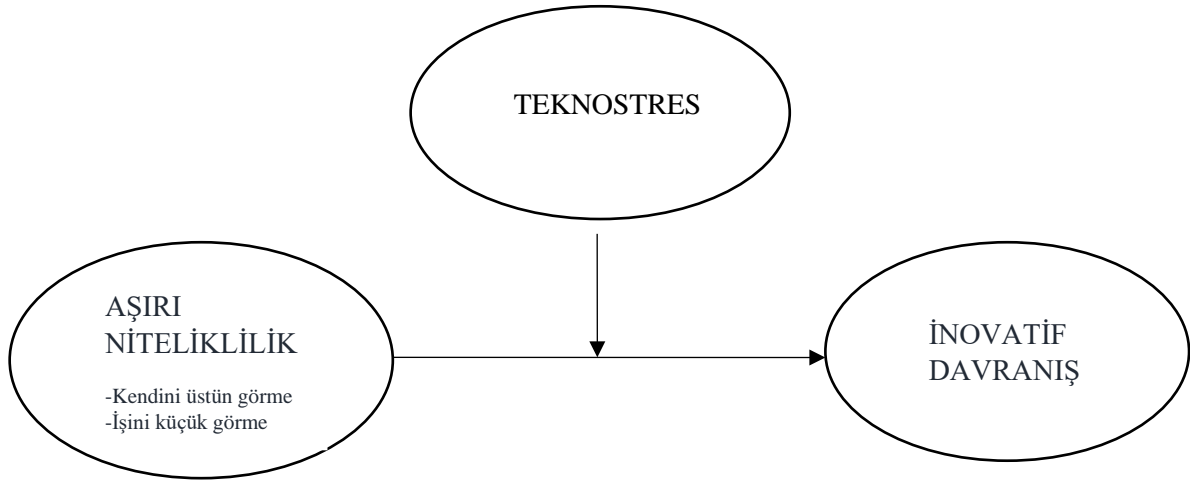
Bilgisayar teknolojileri kullanıcıların mevcut işlerini gerçekleştirme hızlarını arttırırken aynı zamanda birden fazla işi bir arada yapmaya da olanak tanımaktadır (Weil ve Rosen, 1999). Meydana gelen bu yoğunluğun doğurabileceği “tekno-stres”, aşırı niteliklilik kavramıyla birlikte ele alınarak akademisyenlerin inovatif davranışları üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

### 3. Metodoloji

#### 3.1. Örneklem, Model ve Hipotezler

Kartopu örnekleme ve kolayda örnekleme yöntemi birlikte kullanılarak Türkiye’de akademik alanda çalışma yapan farklı unvandaki 193 akademisyenden anket tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Bu araştırmaya katılanların demografik verisi incelendiğinde katılımcıların %59,6’sı kadın olup katılımcıların %50,3’ü araştırma görevlisi unvanına sahiptir. Araştırma

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



H1: Aşırı nitelikliliğin (kendini üstün görme boyutunun) inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin moderatör rolü vardır.

H2: Aşırı nitelikliliğin (işini küçük görme boyutunun) inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin moderatör rolü vardır.

#### 3.2. Ölçekler

Bu çalışmanın değişkenlerinden olan aşırı niteliklilik algısı için Maynard vd. (2006) tarafından geliştirilen 9 ifadeli ölçek kullanılmıştır.

İnovatif davranış için Scott ve Bruce (1994) tarafından geliştirilen 6 ifadeli ölçek kullanılmıştır. Tekno-stresi ölçmek için ise Tarafdar vd. (2007) tarafından geliştirilen 23 ifadeli ölçek kullanılmıştır. Araştırma kapsamındaki değişkenlerin tamamı 5’li likert ölçek ile ölçülmüştür. (1=Hiç Katılmıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum).

### 3.3. Bulgular ve Değerlendirme

Akademisyenler arasındaki “Aşırı Nitelikliliğin İnovatif Davranış Üzerindeki Etkisinde Tekno-stresin Moderatör Etkisi” ni ölçmek amacıyla SPSS 25.0 paket program kullanılmıştır. Bu çalışmanın nicel analizlerine öncelikli olarak verinin gerçek faktör analizinin yapılması için Bektaş’ ın (2017) belirttiği üzere açıklayıcı faktör analizi ile başlanmıştır. Açıklayıcı faktör analizinin sonucuna göre ölçeklerin açıkladığı toplam varyans %68,145’dir. Toplam varyans içerisinde aşırı nitelikliliğin açıkladığı varyans, aşırı nitelikliliğin kendini üstün görme boyutu %29,987; aşırı nitelikliliğin işini küçük görme boyutu %28,444; inovatif davranışların açıkladığı varyans %63,027 ve tekno-stresin açıkladığı varyans, tekno-iş yükü boyutunun %23,598; tekno-karmaşıklık boyutunun %22, 444 ve tekno-belirsizlik boyutunun %16,494 dür. Faktör analizi sonucunda aşırı niteliklilik, Yıldız vd. (2017, s.48) çalışmasında olduğu gibi iki boyutlu çıkmış ve çalışmada olduğu gibi aşırı nitelikliliğin kendini üstün görme boyutu (AN6, AN9, AN7) ve aşırı nitelikliliğin işini küçük görme boyutu (AN1, AN2, AN4, AN8, AN5, AN3) şeklinde çalışmada kullanılmıştır(KMO=.762;  $X^2=470.991$ ;  $df=28$ ;  $p<.001$ ). İnovatif davranış ölçeği orijinal ölçekte olduğu gibi tek boyutlu çıkmıştır (KMO=.877;  $X^2=566.189$ ;  $df=15$ ;  $p<.001$ ). Tarafdar vd. (2007) geliştirdiği 23 ifadeli ilk tekno-stres ölçeği 5 boyutludur. Ancak sonrasında Tarafdar vd. (2007) geliştirdiği temel ölçekten iki alt boyut çıkarılarak üç alt boyutlu ölçeği kullanmışlardır. Bu çalışma kapsamında da eşit yük dağılımından dolayı 4 ifade çıkarılmıştır. Bu doğrultuda oluşan 3 boyutlu yapı orijinal makale de olduğu gibi tekno-iş yükü (TS2, TS6, TS5, TS9, TS3, TS7, TS1, TS8), tekno-belirsizlik (TS22, TS21, TS20, TS23) ve tekno-karmaşıklık (TS11, TS14, TS10, TS13, TS12, TS15, TS17) şeklinde ifade edilmiştir (KMO=.865;  $X^2=2152,475$ ;  $df=171$ ;  $p<.001$ ). Aşırı niteliklilik ölçeğinin kendisi üstün görme boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,86; aşırı nitelikliliğin işini küçük görme boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,70; inovatif davranış ölçeğinin 0,88; tekno-stres ölçeğinin tekno-iş yükü boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,87; tekno-stres ölçeğinin tekno-belirsizlik boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,89 ve tekno-stres ölçeğinin tekno-iş yükü boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,89’ dur.

Bu değerler, tüm ölçeklerin boyutları ile birlikte  $\alpha \geq .70$  koşulunu sağladığından dolayı (Cronbach, 1951, s.328) oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

**Tablo 1:Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

İfadeler	Faktörler					
	1	2	3	4	5	6
TS2	Teknoloji beni yapabileceğimden daha fazla iş yapmaya zorluyor.	.792				
TS6	Teknoloji yüzünden ailemle daha az zaman geçiriyorum.	.761				
TS5	Artan teknoloji karmaşıklığı nedeniyle daha fazla iş yüküne sahibim	.744				
TS9	Kişisel hayatımın teknoloji tarafından istila edildiğini hissediyorum.	.740				
TS3	Teknoloji beni çok kısıtlı zamanlarda çalışmaya zorluyor	.727				
TS7	Teknoloji yüzünden tatilde bile işim ile temas halinde oluyorum.	.712				
TS1	Teknoloji beni daha hızlı çalışmaya zorluyor.	.667				
TS8	Yeni teknolojiler konusunda kendimi güncel tutabilmek için tatil ve hafta sonlarımdan fedakârlık ediyorum.	.600				
TS11	Yeni teknolojileri anlamak ve kullanmak için uzun bir zamana ihtiyaç duyuyorum.		.834			
TS14	Yeni teknolojileri anlamak ve kullanmak çoğu kez bana çok karmaşık geliyor.		.823			
TS10	İşimi tatmin edici seviyede yapabilecek kadar teknolojiye hakim değilim.		.795			
TS13	Bu kurumda yeni çalışanların bilgisayar teknolojisi konusunda benden fazla şey bildiklerini düşünüyorum.		.754			
TS12	Teknolojik yeteneklerimi geliştirmek için çalışmaya yeterli zaman bulamıyorum.		.718			
TS15	Yeni teknolojiler nedeniyle iş güvencemi sürekli tehdit altında hissediyorum.		.658			
TS17	Daha fazla teknolojik yeteneğe sahip iş arkadaşlarının tehdidi altındayım.		.647			
TS22	Kurumumuzda bilgisayar donanımlarında sürekli değişiklikler mevcuttur		.921			
TS21	Kurumumuzda bilgisayar yazılımlarında sürekli değişiklikler mevcuttur.		.892			
TS20	Kurumumuzda teknoloji konusunda devamlı olarak kullandığımız yeni gelişmeler mevcuttur.		.824			
TS23	Kurumumuzda bilgisayar ağlarında sık güncellemeler yapılmaktadır.		.774			
İD5	İşimde yeni teknolojileri, süreçleri, teknikleri ve ürün fikirlerini araştırırım			.865		
İD4	Yeni fikirlerin uygulanmasına yönelik kaynakları araştırır ve korurum			.835		
İD1	İşimle ilgili yenilikçiyimdir			.807		
İD2	İşimle ilgili yaratıcı fikirler üretirim			.799		
İD6	Yeni fikirlerin uygulanmasına yönelik yeterli düzeyde plan ve programları geliştiririm			.767		
İD3	Başkalarının fikirlerini destekler ve savunurum			.678		
AN6	İş yapmak için gerekenden çok daha fazla bilgiye sahibim.				.896	
AN9	İşi yapmak için gerekenden daha fazla kabiliyete sahibim.				.875	
AN7	İşimin gerektirdiğinden daha fazla eğitime sahibim				.862	
AN1	İşim sahip olduğumdan daha az eğitim gerektirir.					.761
AN2	Bu işte başarılı olmak için sahip olduğum iş tecrübesine gerek yoktur.					.709

AN4	Benden daha az eğitilmiş biri de işimde iyi performans gösterebilir.						.702
AN8	Benden daha az iş tecrübesine sahip olan birisi benim yaptığım işi yapabilir.						.592
AN5	Önceki iş deneyimim bu işte tam olarak kullanılmıyor.						.542
AN3	Bu işin gerektirmediği becerilere sahibim						.500
Cronbach's Alpha Katsayısı		.87	.89	.89	.88	.86	.70
Açıklanan Toplam Varyans		% 68,145					
Rotasyona 5 iterasyonda ulaşılmıştır.							
TS: Tekno-stres, İD: İnovatif Davranış, AN: Aşırı Niteliklilik							

Açıklayıcı faktör analizinden sonra verilerin normal dağılıma uyup uymadığını bakmak ve analize bu sonuca göre devam edebilmek için Skewness-Kurtosis (basıklık-çarpıklık) değerlerine bakılmıştır. Verilerin Skewness-Kurtosis değeri -1,5 ile +1,5 değer aralığında normal dağıldığı kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu çalışmadaki verilere bakıldığında Skewness değeri -.958 ile .620 arasında Kurtosis değeri ise -.493 ile 1.290 arasındadır. Verilerin normal dağılımından sonra parametrik korelasyon testi olan Pearson korelasyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir.

**Tablo 2: Korelasyon Testi ve Tanımlayıcı İstatistikler**

Değişkenler	Ort.	Std. Sapma	1	2	3	4
AN (Kendini Üstün Görme)	3.452	1.057	1			
AN (İşini Küçük Görme)	2.377	.749	.341**	1		
İnovatif Davranış	4.350	.550	.249**	-.070	1	
Teknostres	3.052	.699	.111	-.040	.064*	1

\*Korelasyon  $p < 0,01$  anlamlılık düzeyinde anlamlıdır; \*\* Korelasyon  $p < 0,01$  anlamlılık düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 2’de yer alan korelasyon analizi değişkenler arasındaki mantıksal nedensellik ilişkisini sunmaktadır (Hair vd., 2010). Bu doğrultuda tekno-stres ile inovatif davranış arasında istatistiksel açıdan pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = .064^*$ ) ve inovatif davranış ile aşırı nitelikliliğin kendini üstün görme arasında istatistiksel açıdan pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = .249^{**}$ ) saptanmıştır.

Değişkenler arasındaki ilişkilerin analiz edilmesinde SPSS 25.0 paket programında neden-sonuç ilişkisini ortaya koymak için regresyon analizi ve moderatör etkisinin ölçülmesi için gerekli analizler yapılmıştır. Bu bağlamda, bu çalışma kapsamında akademisyenler üzerinde “Aşırı Nitelikliliğin İnovatif Davranış Üzerindeki Etkisinde Tekno-Stresin Moderatör Etkisi” olabileceği düşüncesi ile kurulan hipotez test edilmiştir.

**Tablo 3: Hiyerarşik Regresyon Analizi Sonuçları-1**

Model	Standardize Edilmemiş B	Std. Hata	Standardize Edilmiş B	t	Sig.	F değeri	
1	Sabit	4,350	,038	113,151			
	AN (Kendini Üstün Görme)	,137	,039	,249	3,558	,000	12,661
2	Sabit	4,350	,039	112,934			
	AN (Kendini Üstün Görme)	,135	,039	,245	3,472	,002	6,442
	Tekno-stres	,020	,039	,037	,520		
3	Sabit	4,342	,038	112,840			
	AN (Kendini Üstün Görme)	,146	,039	,265	3,734		
	Tekno-stres	,018	,039	,034	,479	,001	5,571
	Moderatör	,073	,038	,135	1,911		

Bağımlı Değişken: İnovatif Davranış

Tablo 3'te görüldüğü üzere aşırı niteliklilik (kendini üstün görme boyutunun) inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin düzenleyici etkisi saptanmıştır.

**Tablo 4: Hiyerarşik Regresyon Analiz Sonuçları-2**

Model	Standardize Edilmemiş B	Std. Hata	Standardize Edilmiş B	T	Sig.	F değeri	
1	Sabit	4,350	,040	109,843	,337	,928	
	AN (İşini Küçük Görme)	-,038	,040	-,070	-,963		
2	Sabit	4,350	,040	109,761			
	AN (İşini Küçük Görme)	-,037	,040	-,067	-,927	,442	,821
	Tekno-stres	,034	,040	,061	,846		
3	Sabit	4,351	,040	109,495			
	AN (İşini Küçük Görme)	-,035	,040	-,064	-,885	,580	,657
	Tekno-stres	,036	,040	,065	,894		
	Moderatör	,024	,042	,042	,578		

Bağımlı Değişken: İnovatif Davranış

Tablo 4'te görüldüğü üzere aşırı niteliklilik (işini küçük görme boyutunun) inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin düzenleyici etkisi saptanmamıştır.

#### 4. Sonuç ve Öneriler

Dünya üzerinde daha önce benzeri yaşanmadığı kabul edilen COVID-19 pandemisi kapsamında insanların çalışma sistemlerinde büyük değişimler yaşanmıştır. Bu bağlamda değişim yaşayan önemli meslek gruplarından biri de akademisyenler olmuştur. Akademideki dönüşümün temel noktası ise araştırma boyutundan daha çok eğitim kısmında yaşanmıştır. Eğitimlerin çevrimiçi şekilde gerçekleşmesi akademisyen ve öğrenci arasındaki etkileşimi tetiklemiştir. Bu dönüşümün temel dinamiği olan teknolojinin, bireylere etkisi ve iş hayatlarını dönüştürmesi ise tartışılan konulardan biridir. Uzaktan çalışma, çevrimiçi toplantılar ve farklı web araçları ile çalışma programlarının planlanması teknoloji ile yakınlığı artırırken mesai kavramı gibi bazı ifadelerin ortadan kalkmasına neden olmuştur.

Aşırı niteliklilik tanımlamalarının temelinde yer alan “yüksek eğitime sahip olma” ifadesi çalışmayı, akademik hayatı meslek olarak seçen akademisyenler üzerinde yapılmasına zemin hazırlamıştır. Lisansüstü eğitim ve niteliğe bağlı unvan sisteminden dolayı bu meslek grubunda aşırı niteliklilik çalışmaları önemlidir. Özellikle akademisyenlerin yaptığı çalışmalar ve özgünlük ihtiyacı inovatif davranışın ölçümü noktasında akademisyenlik mesleğinin bir kez daha ön plana çıkmasına neden olmuştur.

Bu çalışmada, yukarıda yer alan değişkenlerin birbiri ile olan neden-sonuç ilişkisini ortaya koymak için Türkiye genelinde farklı düzeylerdeki akademisyenlerden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Bu bağlamda, bu meslek grubuna yönelik yapılan çalışmada aşırı niteliklilik algısının inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin moderatör etkisi araştırılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda aşırı niteliklilik diğer çalışmalarda da olduğu gibi iki boyutlu olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmalarda kullanılan isimlendirmelere uygun olarak kendini üstün görme ve işini küçük görme boyutları ile aşırı niteliklilik algısı çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışma kapsamında aşırı nitelikliliğin kendini üstün görme boyutunun inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin moderatör etkisi bulunmamıştır. Bu bağlamda bir yorum getirilirse ilk olarak akademisyenlik mesleğinin birçok meslek grubundan farklı kültürel kodları bulunduğunun göz önüne alınması gerekmektedir. Aşırı nitelikliliğin kendini üstün görme boyutunun akademisyenlerde görülebilmesi için özgün bir çalışma yapmak ve kendi adı ile alanında kabul edilen başarılı dergilerde yayın vermek en büyük motivasyon kaynağı olacaktır. Bu durum meslekte kişinin niteliği arttıkça yayınlarının hem nitel hem de nicel açıdan ilerlemesine katkı sağladığı için çalışmadaki bu sonucun akademik başarı ile ilişkisini desteklemektedir. Bu bağlamda akademik başarıyı ele alan çalışmalar (Durmuş ve Akyüz,



2021; Yılmaz ve Memişoğlu, 2019, s.543-546; Sop, 2017, s.18-20) bu bulgular benzerlik göstermektedir. Aynı zamanda eğitim sisteminde yoğun bir uzaktan eğitimi başlaması tekno-stres düzenleyici rolün etkisini ortaya çıkarmaktadır.

Çalışma kapsamında aşırı nitelikliliğin işini küçük görme boyutunun inovatif davranış üzerindeki etkisinde tekno-stresin moderatör etkisi bulunmamıştır. Bu durum yine mesleğin farklı kültürel kodlara sahip olması ile açıklanabilir. Çünkü akademisyenler hem üniversitelerin hem de bilimin bugünü ve geleceğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda akademisyenlerin mesleğini küçük görme düşüncesi arka planda yer almaktadır. Bunun yanı sıra genel bir çatı altında toplanan akademisyenlik mesleği, farklı uzmanlık alanlarını kapsayan ve daha çok bireye dayalı bir meslektir. Literatürde yapılan çalışmalarda (Tülübaş ve Göktürk, 2018; Liu vd., 2014) mesleğin toplumsal statüsünün yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda aşırı nitelikliliğin işini küçük görme boyutu ortadan kalkmaktadır. Aynı zamanda, inovatif davranış rekabetçi bir ortamda fırsatların oluşturulması olarak ele alınırken işini küçük gören bir kişi de rekabetçi bir süreç içerisinde yer almayacaktır.

Bu çalışmanın literatüre sunduğu katkıların yanı sıra belirli kısıtları da bulunmaktadır. İlk olarak mesleğin farklı akademik düzeylerde daha fazla kişiye ulaşarak her düzeydeki etkisinin ölçülmesi gerekir. Aynı zamanda farklı ülkelerde uygulanarak her akademisyenin aynı şekilde etkilenip etkilenmediği ve ülkelerdeki pandemi etkisinin meslek üzerinde farklı düzeylerde etkilerinin olup olmadığı gözlemlenebilirdi. Ayrıca birçok ülkede yer alan “researcher” ve “lecturer” ayrımı yapılarak tekno-stresin etkilerinin ölçülmesi etkili olabilirdi. Bu bağlamda çalışmanın hem nicel boyutu ile hem de coğrafi boyutu ile kısıtları bulunmaktadır.

Bu çalışmanın sonucunda gelecek araştırmacılara yönelik olarak farklı meslek gruplarında araştırmanın yapılması, özel ve devlet üniversite ayrımının yapılması, mesleki hiyerarşinin farklılıklarına ve farklı uzmanlık alanlarına göre araştırma yapılması önerilmektedir. Bunun yanı sıra akademisyenlerle karşılaştırmalı çalışma yapılacak başka bir meslek grubu ele alınmalıdır. Bu bağlamda mesleki prestij aracı değişken olarak ele alınarak alandaki boşluklar doldurulabilir. Ayrıca akademik başarı çabası, sosyal sermaye, iş stresi, iş-yaşam dengesi, iş sağlığı, motivasyon ve iş-aile çatışması gibi konularla bu değişkenler incelenerek literatürde yer alan boşluğun doldurulması önerilmektedir.

## Kaynakça

- Akınoğlu, H. F. G. (1993). Teknostres. *Türk Kütüphaneciliği*, 7(3), 159-173.
- Akyüz, A. M., & Durmuş, İ. (2021). Akademisyenlerin akademik başarı çabası ile yöneticilerin etik liderlik davranışı, yöneticiye sadakat, kuruma sadakat ve akademik kıskançlık davranışı arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(22), 227-263.
- Anderson, N., Potočník, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations: a state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal Of Management*, 40(5), 1297-1333.
- Brynjolfsson, E., AndHitt, L. Productivity, profitability and consumer surplus: three different measures of information technology value. *MisQuarterly*, 20, 2 (1996), 121–142.
- Cronbach, l. j. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Don Santos, B., AndSussman, L. Improving the return On IT investment: The productivity paradox. *International Journal Of Information Management*, 20, 6 (2000), 429–431.
- Dragano, N., &Lunau, T. (2020). Technostress at work and mental health: concepts and research results. *Current Opinion in Psychiatry*, 33(4), 407-413.
- Erdoğan, E. (2022). Mesaiyi unutanlar: COVID-19 pandemisinin siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler çalışan akademisyenler üzerine etkisi. *Reflektif Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 223-241.
- Feldman, D. C. (1996). The nature, antecedents and consequences of underemployment. *Journal Of Management*, 22(3), 385–407
- Freeman, R. (1976). *The overeducated american*. AcademicPress
- Gümüştekin, G. E., &Öztemiz, A. B. (2004). Örgütsel stres yönetimi ve uçucu personel üzerinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (23).
- Güven, A. (2021). Covid 19 Pandemi Sürecinin Birinci Yılında, Türkiye'de Akademisyenlerin İş Yaşam Kaliteleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Enderun*, 5(1), 1-21.
- Green, F. Ve Mcintosh, S. (2007). Is There A Genuine Under-Utilization Of Skills Amongst The Overqualified?. *Applied Economics*, 39(4): 427-439.
- Görener, A., & Kaymakçı, R. Algılanan Aşırı Niteliklilik Ve Yenilikçi İş Davranışı İlişkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 3(6), 100-114.
- Hakimian, F., Farid, H., Ismail, M. AndNair, P. (2016), “Importance of commitment in encouraging employees’ innovative behaviour”, *Asia-Pacific Journal Of Business Administration*, Vol. 8 No. 1, Pp. 70-83.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J. Ve Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective*, 7, Pearson Upper Saddle River, Nj.
- Hon, A.H., Hon, A.H., Lui, S.S. AndLui, S.S. (2016), “Employee creativity and innovation in organizations: review, integration, and future directions for hospitality research”, *International Journal Of ContemporaryHospitality Management*, Vol. 28 No. 5, Pp. 862-885

- Janssen, O., Van De Vliert, E. And West, M. (2004), “The bright and dark sides of individual and group innovation: a special issue introduction”, *Journal Of Organizational Behavior*, Vol. 25 No. 2, Pp. 129-145.
- Kudyba, S., & Diwan, R. (2002). The impact of information technology on US industry. *Japan and the World economy*, 14(3), 321-333.
- Khan, L. J. Ve Morrow, P. C. (1991). Objective and subjective underemployment relationships to job satisfaction. *Journal Of Business Research*, 22: 211– 218.
- Lee, K. H., & Hyun, S. S. (2016). An extended model of employees’ service innovation behavior in the airline industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Liu, Y., & Wang, K. (2011). Technostress Of It Professionals: diverse for different personality type and related to different career orientations. June 24- 25, 2011. Paper Presented At The The Fifth China Summer Workshop On Information Management (Cswim 2011) China.
- Liu, G. G., Kwon, O. H., Xue, X., & Fleisher, B. M. (2014). How Much Does Social Status Matter To Health? Evidence From China's Academician Election.
- Maynard, D. C., Joseph, T. A., Ve Maynard, A. M. (2006). Underemployment, job attitudes, and turnover intentions. *Journal Of Organizational Behavior*, 27(4), 509-536.
- Maynard, D. C., Brondolo, E. M., Connelly, C. E., & Sauer, C. E. (2015). I'm too good for this job: narcissism's role in the experience of overqualification. *Applied Psychology*, 64(1), 208-232.
- Park, C. And Im, M., 2012. “The impact of technostress on information security perception and organizational outcomes”, *The Journal Of Küt*, Vol. 10, No. 1, Pp.97-109.
- Rank, J., Pace, V. L., & Frese, M. (2004). Three avenues for future research on creativity, innovation, and initiative. *Applied Psychology*, 53(4), 518-528.
- Shahrabi, A. F. S. A. N. E. H., Ghiasi, M. I. T. R. A., & Limooni, S. T. (2015). The dimensions of technostress among academic librarians of univesities medical sciences in mazandaran province. *International Journal Of Biology, Pharmacy And Allied Sciences*, 4(11), 516-531.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace. *Academy Of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Sun, Y., & Qiu, Z. (2022). Perceived overqualification and innovative behavior: high-order moderating effects of length of service. *Sustainability*, 14(6), 3493.
- Tabachnick, B. G. And Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston, Pearson
- Verhaest, D. Ve Omey, E. (2006). The impact of overeducation and its measurement. *Social Indicators Research*, 77: 419-448.
- Weil, M. And Rosen, L. *Technostress: Coping with technology @Work @Home @Play*. John Wiley&Sons, New York, 1997.
- Weil, Michelle M. Ve Larry D. Rosen (1999), Don't let technology enslave you: learn how technostress can affect the habits of your employees and yourself, *workforce*, 78:2, 56–59.

- Yıldız, B., Özdemir, F., Habib, E., & Çakı, N. (2017). Aşırı nitelikliliğin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde kolektif şükranın moderatör etkisi. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 40-61.
- Yılmaz, Ö., & Memişoğlu, S. P. (2019). Yükseköğretim kurumlarında akademik performans değerlendirmeye ilişkin akademisyen görüşleri. *Yükseköğretim Ve Bilim Dergisi*, (3), 542-554.
- Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: the role of performance and image outcome expectations. *Academy Of Management Journal*, 53(2), 323-342.
- Zhou, J. And George, J.M. (2001), “When job dissatisfaction leads to creativity: encouraging the expression of voice”, *Academy Of Management Journal*, Vol. 44 No. 4, Pp. 682-696.

# KÜRESEL İNOVASYON ENDEKSİ VERİLERİNE GÖRE TÜRK DEVLETLERİ TEŞKİLATINA ÜYE ÜLKELERİN İNOVASYON PERFORMANSLARININ ANALİZİ

Mehmet KARAHAN<sup>1</sup>, Solunay DURAN<sup>2</sup>

## Öz

Küresel İnovasyon Endeksi (KİE), ülkelerin inovasyon performanslarını detaylı bir şekilde belirleyerek değişen ve gelişen rekabet ve teknoloji ortamında var olan değişimleri yakalamalarında gelişime açık ekonomilere yardımcı olmaktadır. KİE, uluslararası yenilikçiliği belirlemek amacıyla geçmiş, mevcut durumu değerlendirebilme ve geleceği belirlemeye yönelik önemli bir araçtır. KİE, yalnızca ülkelerin kapasitelerini ortaya çıkarmada değil, beraberinde ülkelerin inovasyon ile ilgili politika ve uygulamaları vasıtasıyla baskın ve zayıf özelliklerini belirgin bir şekilde göstermeye yönelik olarak da kullanılmaktadır. KİE ölçümleri sayesinde, ülkeler hangi faktörleri ne kadar önemseyeceğini, hangi faktörlerde yetersiz olduklarını, hangi faktörlerde iyi performans gösterdiklerini görebileceklerdir. Böylelikle eksikliklerini giderebilecek ve daha iyi olmak için neler yapılması gerektiği sorusuna cevap bulabileceklerdir. Bu çalışmada, Türk Devletleri Teşkilatına (TDT) üye ülkelerin KİE 2020 verilerine göre inovasyon performansları ÇKKV yöntemleriyle analiz edilerek ülkelerarası karşılaştırmalar yapılmıştır. Ülke karşılaştırmaları küresel endekste kullanılan 15 kritere göre yapılmış ve bu kriterlerin ağırlıkları da Entropi yöntemiyle hesaplanmıştır. Sonrasında TOPSIS yöntemi kullanılmış ve ülkeler inovasyon performansları odağında sıralanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ülke sıralaması; Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Tacikistan, Kırgızistan ve Özbekistan şeklindedir. Entropi ile yapılan ağırlık hesabında ise en fazla ağırlığa sahip olan "yaratıcı çıktılar" kriteri olup en düşük ağırlığa sahip olan ise "pazar gelişmişliği" kriteridir.

**Anahtar Kelimeler:** Türk Devletleri Teşkilatı, Küresel inovasyon endeksi, Entropi, TOPSIS

**JEL Sınıflaması:** G21, C44, O31, P47

## ANALYSIS OF THE INNOVATION PERFORMANCES OF THE MEMBER COUNTRIES OF THE TURKISH STATES ORGANIZATION ACCORDING TO THE GLOBAL INNOVATION INDEX DATA

### Abstract

The Global Innovation Index (GII) helps countries open to development in catching up with the changes in the changing and developing competition and technology environment by determining the innovation performance of countries in detail. GII is an important tool for evaluating the past, and current situation and determining the future in order to determine international innovation. GII is used not only to reveal the capacities of the countries, but also to clearly show the dominant and weak features of the countries through their innovation-related policies and practices. Thanks to the KIE measurements, countries will be able to see which factors they care about how much, in which factors they are insufficient and in which factors they perform well. In this way, they will be able to eliminate their deficiencies and find an answer to the question of what should be done to be better. In this study, the innovation performances of the member countries of the Organization of Turkish States (TDT) according to the GII 2020 data were analysed by MCDM methods and cross-country comparisons were made. Country comparisons were made according to the 15 criteria used in the global index and the weights of these criteria were calculated using the Entropy method. Afterwards, the TOPSIS method was used and the countries were ranked in the focus of innovation performance. Country ranking according to the results obtained; Turkey, Azerbaijan, Kazakhstan, Tajikistan, Kyrgyzstan, and Uzbekistan. In the weight calculation made with Entropy, the "creative outputs" criterion has the highest weight, and the "market development" criterion has the lowest weight.

**Keywords:** TDT, Global innovation index, Entropy, TOPSIS

**JEL Classification:** G21, C44, O31, P47

<sup>1</sup> Doç. Dr., Fırat Üniversitesi, [m.karahan@firat.edu.tr](mailto:m.karahan@firat.edu.tr), ORCID: 0000-0002-0402-0020

<sup>2</sup> Yük. Lis. Öğr., Fırat Üniversitesi Sosyal Bil. Enst., [solunay\\_duran@hotmail.com](mailto:solunay_duran@hotmail.com), ORCID: 0000-0002-0809-5804

## 1. Giriş

Günümüz dünyasında küreselleşme ve teknolojik gelişmeler sayesinde adeta ülkelerin sınırları ortadan kalkmıştır. Bununla beraber ülkelerin ekonomik gelişim göstermeleri de sürekli rekabetin yaşandığı ekonomik bir yarış haline dönmüştür. Bu yarışın içinde olmak isteyen ülkeler varlıklarını devam ettirmek ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmek için rekabete dayalı bir stratejiye sahip olmak zorundadır. Bu yüzden ülkeler rekabet ortamında hayatta kalabilmek için yenilik ve verimlilik kavramlarını ön planda tutmalıdırlar. Global seviyedeki rekabet, ülkeleri farklı stratejilere yönlendirmekte, bununla birlikte inovasyon, bilgi ve girişimcilik kavramları ile daha sık karşılaşmaktadır. Rekabet anlayışının değişmesiyle beraber, rekabet avantajı sağlamanın daha zorlu bir hal aldığı görülmektedir. Bu sebepten dolayı ülkelerin her alanda sürdürülebilirlik sağlamak adına yeni bilgiler üreterek bu bilgileri ekonomiye katmaları gerekmektedir. Tam da bu noktada bilgi çağı toplumlarında devamlılık sağlamak için inovasyon çok önemli bir etkidir.

Ülkelerin istihdam ve ekonomik gelişimin itici gücü olan yeniliğin teşvik edilmesi, ülke çapında ekonomik gelişmeler sağlayabilir ve yerelde, bölgeselde, ulusal ve küresel düzeyde politikalar ortaya konmasında önemli bir etken olabilir. Alınan politik kararlar sayesinde yenilikçi üretim ve hizmetlerin kalıcı hale getirilmesine, geliştirilmesine olanak sağlanabilecek ve bunun sonucunda ülkeler uzun vadede sürdürülebilirlik ve büyüme sağlayabilecektir (Burmaoğlu, 2012).

İnovasyon konusu günümüzde uluslararası düzeyde ön planda tutulan değerli araştırmalardan birisi olup, yeniliğin üretilmesi ve yönetilmesinin etkin olarak sürdürülmesi için performans analizine gerek duyulmaktadır. Bu sebeple bilhassa uluslararası düzeyde inovasyon performansını analiz etmede her gün yeni yöntem ve teknikler özelinde araştırmalar yapılmaktadır. İnovasyon değerlendirme çalışmaları özellikle OECD, Avrupa Komisyonu ve Dünya Bankası tarafından gerçekleştirilmekte ve her gün yeni bir ölçüm sistemi geliştirilmektedir. İnovasyon endeksi, ülkelerin detaylı inovasyon performanslarını belirleyerek, teknolojideki değişim ve dönüşümü yakalamalarında gelişmekte olan ekonomilere destek vermektedir. İnovasyon endeksi işletmeler, kurumlar ve araştırmalar için saptanan bölgelerin yenilik kapasitelerinin özet göstergeleridir (Hancıoğlu, 2016). Küresel İnovasyon Endeksi (KİE), uluslararası yenilikçiliği belirlemek amacıyla geçmiş, mevcut durumu değerlendirebilme ve geleceği belirlemeye yönelik kullanılan önemli bir araçtır (Wonglimpiyarat 2010).

KİE, yalnızca ülkelerin performanslarını karşılaştırmak için değil, bununla birlikte ülkelerin inovasyona dair politikalarının ve uygulamalarının zayıf ve güçlü taraflarını net bir şekilde ortaya çıkarmak amacıyla da kullanılmaktadır. KİE ölçümleri ile ülkeler; hangi faktörlerin ne kadar önemseneyeceğini, hangi faktörlerde yetersiz olduğunu, hangi faktörlerde iyi performans gösterildiğini, geliştirilecek ya da iyi yönler nelerdir ve daha iyiye nasıl gidilebilir gibi sorularına cevaplar bulabilmektedirler. Bu sebepten küresel inovasyon endeksi ülkelerin kendilerine kılavuz olarak seçebileceği endekslerdendir (Ay Türkmen ve Aynaoglu, 2017). Bu endeksten yararlanarak ülkeler, ekonomilerini hangi kriterlerin iyileştirebileceğini ve bu kriterlerin ağırlıklarının ne kadar olacağını belirleyerek diğer ülkelerle rekabet edilebilirliklerini arttırmak adına stratejiler geliştirebileceklerdir.

Çalışmada, Türk Devletleri Teşkilatı'na (TDT) katılan ülkelerin KİE 2021 verilerine göre inovasyon performansları analiz edilerek ülkelerarası karşılaştırmalar yapılmıştır. Türk Konseyi üyesi olan ülkeler; Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan ve bu ülkelerin yanı sıra Tacikistan çalışma kapsamına alınmıştır. Türk Konseyi oluşumu ilk olarak 1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonraki süreçte Türkiye'nin önderliğinde ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda ilk olarak 1992 yılında "Türk Dili Konuşan Ülkeler Devlet Başkanları Zirvesi" gerçekleştirilmiştir (Bıyıklı, 2016). Günümüze kadar on tane zirve gerçekleştirilmiş, oluşumun kurumsallaştırılması yönündeki çalışmalar çerçevesinde Türkiye, Azerbaycan, Kırgızistan ve Kazakistan tarafından 3 Ekim 2009 tarihinde imzalanan Nahcivan Antlaşması temelinde 16 Eylül 2010 tarihinde yapılan son zirvede resmi olarak Türk Dili Konuşan Ülkeler İşbirliği Konseyi, diğer adıyla Türk Konseyi kurulmuştur. Dört kurucu ülkeden sonra 2019 yılında Özbekistan'ın da tam üye olması ile üye ülke sayısı beşe çıkmıştır. Ayrıca Türkmenistan ve Macaristan kuruluşun gözlemci üyeleridir. Birçok alanda işbirliğini amaçlandığı Türk Konseyi'nin adı Kasım 2021'de İstanbul'da gerçekleşen zirvede "Türk Devletleri Teşkilatı" olarak değiştirilmiştir (Turkkon, 2022).

Çalışmada, ülkeler için hem yerel düzeyde hem de uluslararası düzeyde rekabet yeteneği geliştirmenin, verimlilikte artış sağlamanın, ekonomik olarak ilerleme ve gelişmenin, dolayısıyla refah ve yaşam kalitesini artıran önemli unsurların başında gelen inovasyon, KİE 2020 verileri çerçevesinde ele alınmıştır. İlk kısımda küresel performans indeksi ile ilgili literatürde yapılan çalışmalar incelenmiş, daha sonra Türk Devletleri Teşkilatına üye 6 ülkenin inovasyon performansı sıralaması TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) yöntemiyle yapılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler WIPO tarafından yayınlanan GII 2020 raporundaki Dünya geneline ait verilerinden seçilerek alınmış olup bu

endekse ait 7 kriterin ağırlıkları ise Entropi yöntemiyle hesaplanıp çalışmaya dahil edilmiştir. Son olarak da ülke sıralamaları ve ağırlıklandırılmış kriter ağırlıkları tabloları oluşturularak araştırmanın bulguları tartışılarak ve daha sonra yapılacak araştırmacılara öneriler yapılmıştır.

## 2. Literatür Taraması

İlgili yazın taramasında ilk olarak ülkelerin yenilik performansı üzerine yapılan çalışmalar ve daha sonra da KİE ile ilgili yapılan araştırmalardan öne çıkanlar özetlenerek aşağıda sunulmuştur.

Karagöz (2010), çalışmasında KİE verileri doğrultusunda Türkiye'nin genel sıralamasını incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda ülkenin sıralamada oldukça gerilerde kaldığını ve dolayısıyla ülkenin inovasyon adına gerekli çalışmaları yapmadığını ifade etmektedir. Ayrıca küresel inovasyon endeksinde puanları yüksek olan ülkelerin inovasyon bakımından uzun vadede daha çok başarı elde edebilecekleri vurgulamaktadır. Yine bu endekslerden yola çıkarak, ülkelerin inovasyon performansları ile rekabetçilik güçleri arasında bir ilişki olduğunu, bu sebeple de inovasyon performanslarında gerçekleşecek bir yükselmenin sadece sıralamayı etkilemeyeceğini, bunun yanı sıra rekabet gücündeki yükselişin de zeminini hazırladığını ileri sürmektedir.

Wonglimpiyarat (2010) Tayland'da yaptığı çalışmada, inovasyon kapasite endeksi yardımıyla ve 5 aşamada ülke yenilik performansını ölçmeye çalışmıştır. Çalışma sonucunda, Tayland'ın inovasyon performansı 4 üzerinde 2.30 olarak hesaplanmış ve bu sonuca göre yenilikçi kuruluşların devlet tarafından desteklenmesi gerektiği ileri sürülmüştür. Zayıf olan inovasyon kapasitesini güçlendirmek için Ar-Ge teşviklerinin, vergi indirimlerinin, kredi imkanlarının iyileştirilmesi gerektiği, fikri mülkiyet haklarının korunması gerektiği ve üniversite-sanayi işbirliğinin geliştirilmesi gerektiği önerilmiştir.

Şahinli ve Kılınç (2013) tarafından yapılan çalışmada ülkelerin inovasyon kapasitesini ve performansını ölçmek için kullanılan göstergelerin etkinliklerini belirlemeyi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda Ar- Ge harcamaları, ileri teknoloji ihracatı, girişimci ve araştırmacı sayıları, patent ve tescil sayıları temelinde ülkeler sıralanmışlardır. Elde edilen sıralama sonucunda Türkiye'nin oldukça gerilerde kaldığına dikkat çekmişlerdir.

Özbek ve Atik (2013), 29 Avrupa Birliği ülkesi ile Türkiye'nin inovasyon performansları WARD yöntemiyle belirlemeye çalışmışlardır. Hesaplamalarda 2010 İnovasyon Karnesinde bulunan 11 kriter kullanılarak dört adet küme tespit edilmiştir.



Analiz sonucunda, Türkiye; Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, İtalya, Letonya, Polonya, Portekiz, Romanya, Slovenya, Slovakya ve Hırvatistan ülkeleri ile aynı grupta yer almıştır. Ülkelerin inovasyon performansına en çok etki eden kriterler; üniversiteler, bilim ve teknoloji merkezleri, araştırma yapan kuruluşlar, beşeri sermaye ve ileri teknoloji üretim yapabilen ve katma değeri fazla olan sanayilerdir.

Al-Sudairi ve Bakry (2014), gerçekleştirdikleri çalışmada KİE verileri göz önüne alınarak Suudi Arabistan ile Rusya, Brezilya, Güney Kore ve Malezya ülkelerini karşılaştırmayı amaçlamışlardır. Bu bağlamda ülkeler, teknik, teknoloji, bilgi ve yaratıcılık temelleri üzerinden değerlendirilmiştir. Suudi Arabistan, Rusya ve Brezilya ile kıyaslandığında insanlar, araçlar ve iş alt başlıklarında daha iyi bir yere sahipken, teslimat başlığında bu iki ülkenin gerisinde kalmıştır. Güney Kore ve Malezya ile karşılaştırıldığında özellikle teslimat ve iş başlıkları altında bu iki ülkeden geride kalmıştır. Çalışma sonucunda bulgular değerlendirilmiş, Suudi Arabistan'ın sıralamada çıkış gösterebilmesi için atılması gereken adımlar tespit edilmiştir.

Stojanovska ve Josifovska (2015) KİE verileri doğrultusunda 2012-2015 dönemini kapsayacak şekilde Makedonya'nın inovasyon kabiliyetini analiz etmeyi amaçlamışlardır. Elde edilen bulgulara göre sıralamadaki ülkelere kıyasla Makedonya'nın altyapı ve Ar-Ge başlıklarında geride kaldığını vurgulamışlardır. Çıkan sonuçlar bağlamında, Makedonya geleceği adına yöneticilere, inovasyon kapasitesini arttıracak daha iyi stratejiler, politikalar ve uygulamalar geliştirmelerini noktasında uyarılarda bulunmuşlardır.

Ballı ve Manga (2015) yaptıkları çalışmada 1995-2013 dönemini kapsayacak şekilde 19 OECD ülkesinin inovasyon kapasitesini, panel birim kök ve panel eşbütünleşme testleri aracılığıyla belirlemeyi amaçlamışlardır. Analiz sonuçlarında patent başvuruları ile ulusal inovasyon kapasitesini belirleyen değişkenler arasında anlamlı ilişkiler bulunmuş ve bunun ülkelere göre farklılaştığı ileri sürülmüştür. Ayrıca patent sayıları ile uzun dönemli ilişkiler kriteri arasında da anlamlı ilişkiler olduğu belirlenmiştir.

Sohn vd., (2016), 2013 KİE girdi ve çıktı alt endeksleri ile ülkelerin yenilik üretme yeteneğini ve verimlilik seviyelerini incelemişlerdir. Araştırmada girdi ve çıktıları gösteren yedi kriter içinden ulusal yenilik yapısını temel alan yapısal bir denklem modeli (SEM) kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ticari gelişmişlik ve altyapı kriterlerinin yaratıcı çıktı göstergesini direkt ve endirekt şekilde etkilediği ortaya konulmuştur.

Jankowska vd., (2017), 2015 yılı KİE verilerini kullanarak ülkelerde yenilik girdisinin, çıktıya nasıl dönüştürebileceği üzerinde çalışmışlardır.

Toplamda 228 ülkeden oluşan grup üzerinde kümeleme algoritması kullanılarak analiz yapılmıştır. Polonya ve Bulgaristan özelinde daha ayrıntılı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Polonya'nın en güçlü olduğu kriterler kurumlar, beşeri sermaye ve araştırma başlıklarıdır. Bulgaristan tarafında beşeri sermaye ve araştırma kriteri Polonya'ya göre zayıf kalırken, bilgi ve teknoloji kriteri sayesinde yüksek alt inovasyon çıktısı elde etmiştir. Ayrıca çapraz karşılaştırma yöntemi kullanılarak ulusal inovasyon sistemlerinin inovasyon çıktısı üretmede neden ve nasıl başarılı ya da başarısız oldukları incelenmiştir.

Hancıoğlu (2017), yaptığı çalışmada, KİE'de yer verilen inovasyon bileşenleri arasındaki ilişkiyi çoklu regresyon analizi kullanarak incelemiştir. Çalışmada OECD ülkelerine ait 2011-2015 dönemini ait KİE verileri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, inovasyon endeksini en fazla etkileyen kriterlerin sırasıyla; altyapı, araştırma ve beşeri sermaye, ticari gelişmişlik, piyasa gelişmişliği ve kurumlar olduğu belirlenmiştir. Ulaşılan sonuçlardan diğeri ise; inovasyon girdi alt endeks kümesini en iyi açıklayan ikinci değişkenin alt kriteri olan eğitim, yükseköğrenim ve AR-GE kriterleridir.

Turan (2018) yaptığı çalışmada, 2011-2017 dönemini kapsayan KİE girdi ve çıktı alt bileşenlerini merkeze alarak Türkiye'nin inovasyon performansını değerlendirmiştir. 2011-2017 döneminde her yıl endekste bulunan 114 ülkenin performans değerleri kullanılarak ülkelerin sıralaması yeniden yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; Türkiye'nin çıktı alt endeksine göre yapılan sıralamada girdi alt endeksi sıralamasına oranla daha iyi bir sıraya sahip olduğu, bu bağlamda, girdi alt endeksindeki kurumlar, alt yapı ve iş gelişmişliği kriterlerinde gerçekleştirilecek iyileştirmelerle Türkiye'nin KİE ve tüm alt bileşenlerdeki sıralamalarda daha üst sıralara çıkabileceği savunulmuştur.

Türkmen ve Ayanoğlu (2018) Küresel Rekabet Endeksi (KRE) ile KİE arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada, 2009 yılı Küresel İnovasyon Endeksi verilerine göre ilk 30'a giren 29 ülkenin; KRE kriterlerinin, KİE sıralamasını nasıl etkilediklerini regresyon analizi kullanarak belirlemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, KİE ile KRE değişkenlerinden yüksek eğitim ve öğretim, inovasyon ve emek piyasası etkinliği arasında çok fazla ve pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca, en az etkinin makroekonomik çevre değişkeniyle ilgili olduğu, KRE faktör grupları üzerine kurulan modelde ise inovasyon ve uzmanlaşma faktör grubu ile KİE arasında olumlu yönde yüksek bir ilişki olduğu ileri sürülmüştür.

Oralhan ve Büyüktürk (2019) tarafından yürütülen araştırmada 28 AB ülkesi, Türkiye dâhil 3 aday ülke, 5 komşu ülkenin inovasyon performanslarının karşılaştırılması amaçlanmıştır.

Avrupa İnovasyon Endeksi Puanlama tablosundan alınan veriler, ÇKKV metotlarından TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, kullanılan iki yöntemlerden elde edilen sıralamalar benzer şekilde olup, ilk üç ülke İsviçre, İsveç ve Danimarka ülkeleridir. Türkiye ise, TOPSIS yönteminde 31. MOORA yönteminde ise 33. sıradadır. Türkiye'nin yenilik performansı 6 kritere göre değerlendirilmiş ve bunlardan insan kaynakları kriterinde 35. sırada, entelektüel varlıklarda 36 ve satış etkilerinde 35. sırada yer aldığı, ilk ona girdiği tek kriterin ise firma yatırımları kriteri olduğu ileri sürülmüştür.

Ayçin ve Çakın (2019) araştırmalarında, Avrupa Birliği ülkelerinin Avrupa İnovasyon Karnesinde bulunan inovasyon bileşenlerinin değerleri ile ülkelerin inovasyon performanslarını ve inovasyon bileşenlerinin önemlilik derecelerini ölçmek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda ENTROPİ ve MABAC yöntemleri bütünleşik olarak kullanılmıştır. Araştırma sonucunda inovasyon performans sıralaması İsviçre, İsveç ve Danimarka şeklindedir. Ünelere göre inovasyon bileşenlerinin önem derecelerine bakıldığında ise fikri varlıklar, yenilikçilik, finansman ve destekler şeklinde olduğu görülmektedir.

Gürtuna ve Polat (2020), tarafından gerçekleştirilen çalışmada KİE 2018 verileri ile 126 ülkenin inovasyon bileşenlerinin değerleri üzerinden ülkelere inovasyon performansları için kümeleme analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda, ülkeler en fazla 5 farklı kümede kategorik ve ordinal olarak sınıflandığı ve dolayısıyla ülkelerin inovasyon performanslarının birbirlerinden farklı olduğu sonucuna varılmıştır.

Oturakçı (2021), araştırmasında KİE girdi alt endeksi ve çıktı alt endekslerinde var olan ilişkiyi incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaca ulaşmak için kanonik korelasyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler 2013-2020 yılları arasını kapsayan raporlardan tüm ülkeler dâhil edilerek toplanmıştır. Çalışmanın sonuçları incelendiğinde inovasyon girdi alt endeksi puanını etkileyen en önemli ve açıklayıcı faktörlerin sırasıyla beşerî sermaye-araştırma, ticari gelişmişlik ve yaratıcı çıktılar değişkenleri olduğu görülmektedir. Yapılan kanonik korelasyon neticesinde açıklayıcı faktörlerin ülkelerin gelir düzeylerine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için t-testi kullanılmıştır. T-testi sonuçlarına göre, gelir düzeyindeki farklılıklar ile faktörler arasında anlamlı bir farklılaşmanın varlığı tespit edilmiştir.

Aytekin vd. (2022), çalışmada Avrupa Birliğine üye ülkeler ile aday ülkeleri küresel inovasyon performanslarını karşılaştırmak amaçlanmıştır. Bu bağlamda 2020 KİE raporu verilerini kullanılmıştır. Değerlendirme için Veri Zarflama Analizi (DEA) ile Girdi ve Çıktı Karşılmalı Verimlilik Analizi Tekniği (EATWIOS) kullanılmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre, küresel inovasyon performansı bakımından Hollanda, Almanya ve İsveç en önemli ülkeler olarak ortaya çıkmaktadır. Litvanya, Yunanistan ve Kuzey Makedonya, son üç sırada yer almaktadır. Ayrıca ülkelerin yenilik çıktısı üretebilmeleri için bazı önerilerde bulunulmuştur.

### 3. Ülkelerin Yenilikçilik Performanslarının Analizi

Çalışmanın bu kısımda öncelikle araştırmanın yöntemi ve kullanılan veri seti hakkında açıklamalar yapılacak, sonra analizlerde kullanılacak kriter ağırlıklarının Entropi yöntemiyle hesaplanma süreci anlatılacak, daha sonra da TOPSIS yöntemiyle ülkelerin inovasyon performanslarının analizi süreci anlatılacaktır.

#### 3.1. Araştırmanın Yöntemi ve Kullanılan Veri Seti

Küresel İnovasyon Endeksi (Global Innovation Index-GII) verilerine göre Türk Devletleri olarak kabul edilen 6 ülkenin performans analizi, literatürde benzer çalışmalarda sıkça tercih edilen Entropi ile ağırlıklandırılmış TOPSIS yöntemi ile yapılmıştır. 2020 KİE’de yayınlanan inovasyon alt endeksine ait 7 temel kriter üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Kullanılan kriterler; kurumlar, beşeri sermaye ve araştırma, altyapı, Pazar gelişmişliği, iş gelişmişliği, bilgi ve teknoloji çıktıları ve yaratıcı çıktılar şeklindedir. Çalışmada kullanılan veriler, her yıl Dünya Fikri Haklar Örgütü (WIPO), Cornell Üniversitesi ve INSEAD birlikteliğinde hazırlanan KİE’dir. Rapordaki ilgili ülkelere ait veriler tablo haline getirilerek kullanılmıştır. Tablo 1’de Türkiye Cumhuriyetinin 2020 Küresel İnovasyon Endeksindeki 7 kritere ilişkin veriler gösterilmiştir.

**Tablo 1. Türkiye Cumhuriyetinin 2020 Küresel İnovasyon Endeksi Skor Dağılımı**

Ülkeler	Kurumlar	Beşeri Sermaye ve Araştırma	Altyapı	Pazar Gelişmişliği	İş Gelişmişliği	Bilgi ve Teknoloji Çıktıları	Yaratıcı Çıktılar
Azerbaycan	65,0	21,8	36,1	52,2	20,6	10,0	20,5
Kazakistan	69,0	29,7	40,8	50,0	24,3	15,8	12,9
Kırgızistan	56,1	29,0	32,3	47,1	18,6	15,6	9,2
Özbekistan	55,1	27,5	38,5	54,9	15,2	14,1	7,5
Tacikistan	47,0	22,8	21,8	48,4	15,1	16,4	10,4
Türkiye	55,4	38,4	45,0	54,7	28,2	23,2	27,7

**Kaynak:** GII, (2020), [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2020.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf)

Tablo 1’de belirtilen verilere göre; kurumlar ve Pazar gelişmişliği başlıkları hariç diğer tüm başlıklarda Türkiye’nin en yüksek skora sahip olduğu görülmektedir.

Kurumlar başlığı altında ülkelerin skorlarının birbirlerine yakın şekilde seyrettiği de görülmektedir. Ayrıca bilgi ve teknoloji çıktıları skorlarının genel itibariyle düşük olduğu göze çarpmaktadır.

### 3.2. Ülkelerin Kriter Ağırlıklarının Entropi Yöntemiyle Hesaplanması

Kriter ağırlıklandırma işlemi genel olarak objektif ve sübjektif ağırlıklandırma olarak iki yolla yapılmaktadır. Entropi olasılık teorisi açısından bilginin içindeki belirsizliğin ölçülmesi olarak tanımlanmıştır. Entropi yönteminin güçlü yönü, uzmanların kişisel yargı ve düşüncelere başvurmadan kriterlerin önem ağırlıklarını hesaplamasıdır (Toprak ve Çanakçıoğlu, 2019: 119). Literatürde kriterler ağırlıklarının hesaplanmasında genellikle objektif ya da sübjektif ağırlıklandırma metotları kullanılmaktadır. Sübjektif metotla gerçekleştirilen ağırlıklandırma yönteminde karar vericilerin seçimleri ya da vardıkları yargı önemli iken, objektif metotlardaysa bu seçimler dikkate alınmaz ve Entropi ya da çoklu objektif programlama benzeri matematik temelli yöntemler kullanılır (Deng vd., 2000: 965; Shemshadi vd., 2011: 12161). Entropi metodunda kriterlere dair objektif ağırlıklar bulunduğundan direkt olarak verilerden faydalanılmakta ve yalnızca karar matrisine gerek duyulmaktadır. Bu uygulama karar vericilerin kişisel düşünce ve kararlarından etkilenmediği için yöntemin geçerliliğini arttıran güçlü bir yön olarak karşımıza çıkmaktadır (Işık, 2019: 204; Meyliana vd., 2015: 1684).

Çalışmanın bu kısmında KİE 2020 yılına ait yedi kriterin ağırlığı hesaplanacaktır. İlgili yazındaki çalışmaların bir kısmında, kriterlere eşit ağırlıklar verilerek ağırlıklar hesaplanmakta (Demireli, 2010; Saldanlı & Sırma, 2014), bir kısmındaysa Entropi veya AHP gibi yöntemler ile hesaplanmakta ve bu yöntemlerin çoğu genellikle başarılı olmaktadır. Burada önemli olan problem çözümüne uygun yöntemin seçilmesidir. Yapılan bu çalışmada ise uygun yöntemin Entropi olduğu kararlaştırılmıştır.

Aşağıda Tablo 2’de, 2020 yılı KİE’ye göre Türki Cumhuriyetlerin 7 kriterin ağırlıkları ( $W_{ij}$ ) Entropi yöntemiyle dört aşamada hesaplanmaktadır.

#### *Birinci Adım: Karar Matrisinin Normalizasyonu*

Küresel İnovasyon Endeksinde bulunan 7 kriter için oluşturulan Türki Cumhuriyetlere ait karar matrisinin en alt satırında görüleceği üzere toplamlar alınır ( $\sum_{i=1}^m a_{ij}$ ) ve  $a_{ij}$  değerleriyle bölünür. Entropi ilk adımında yapılan hesaplamalar, aşağıdaki 1 numaralı denklemle yapılmaktadır.

$$P_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^m a_{ij}} ; \forall j \dots\dots\dots (1)$$

**Tablo 2. Karar Matrisinin Normalizasyonu**

Alternatifler	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
Azerbaycan	0,187	0,129	0,168	0,170	0,169	0,11	0,232
Kazakistan	0,199	0,176	0,190	0,163	0,199	0,166	0,146
Kırgızistan	0,161	0,171	0,151	0,153	0,152	0,164	0,104
Özbekistan	0,159	0,163	0,179	0,179	0,125	0,148	0,085
Tacikistan	0,135	0,135	0,102	0,158	0,124	0,172	0,118
Türkiye	0,159	0,227	0,210	0,178	0,231	0,244	0,314

Tablo 2’de görülen karar matrisi normalizasyonundan sonraki aşamada Entropi ağırlık hesabının ikinci aşamasına geçilmektedir.

*İkinci Adım: Entropi Değeri ve Ej Matrisinin Oluşturulması*

Karar matrisinin normalizasyonu gerçekleştirildikten sonra, matrisin Entropi ve Ej değerini hesaplamak üzere, aşağıda verilen 2 nolu denklemden yararlanılmıştır.

$$E_j = \left( \frac{-1}{\ln(m)} \right) \sum_{i=1}^m [P_{ij} \ln P_{ij}] ; \forall j \dots\dots\dots (2)$$

**Tablo 3. Ej Matrisinin Oluşturulması**

Alternatifler	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
Azerbaycan	-0,314	-0,264	-0,300	-0,301	-0,300	-0,237	-0,339
Kazakistan	-0,321	-0,305	-0,316	-0,295	-0,321	-0,298	-0,281
Kırgızistan	-0,294	-0,302	-0,285	-0,287	-0,287	-0,297	-0,236
Özbekistan	-0,292	-0,295	-0,308	-0,308	-0,259	-0,283	-0,210
Tacikistan	-0,271	-0,270	-0,232	-0,291	-0,259	-0,303	-0,252
Türkiye	-0,293	-0,337	-0,328	-0,307	-0,339	-0,344	-0,364
Toplam	-1,784	-1,774	-1,769	-1,790	-1,765	-1,762	-1,681

Tablo 3’te, 7 kritere göre Türki Cumhuriyetlerin skorları için oluşturulan Ej matrisi görülmektedir. Bu işlemin ardından, Entropi ile kriterlerin ağırlık hesaplamaları için üçüncü adımına geçilmiştir.

### Üçüncü Adım: $e_j$ ve $d_j$ Değerlerinin Belirlenmesi

Ağırlık hesaplamasının üçüncü adımında  $e_j$  değeri hesaplanırken 3 numaralı denklem kullanılmaktadır. Excel ortamında gerekli hesaplamalar yapılarak 7 kriterin değeri Tablo 4’de gösterilmiştir. Toplam  $e_j$  değeri hesaplanırken ise yedi kritere ait değerler toplanır.

$$e_j = -k \sum_{j=1}^m r_{ij} \ln(r_j) \dots\dots\dots (3)$$

**Tablo 4.  $e_j$  Değerinin Hesaplanması**

	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
<b><math>e_j</math></b>	0,995714	0,989918	0,987277	0,999059	0,985137	0,983305	0,938458

Toplam  $e_j = -0,558110627$

$e_j$  değerini belirledikten sonra  $d_j$  değerinin hesaplanması için 4 nolu denklemden faydalanılmıştır. Tablo 5’de  $d_j$  değerinin hesaplanmış hali gösterilmiştir.

$$d_j = 1 - E_j; \forall j \dots\dots\dots (4)$$

**Tablo 5.  $d_j$  Değerinin Hesaplanması**

	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
<b><math>d_j</math></b>	0,0043	0,0101	0,0127	0,0009	0,0149	0,0167	0,0615

Toplam  $d_j = 0,121$

Tablo 5’de görülmekte olduğu gibi 4 numaralı denklem ile kriter değerler hesaplanmış ve bu aşamanın ardından bu yedi kriter değeri toplanır ve toplam  $d_j$  bulunur.

### Dördüncü Adım: Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması

Ağırlıkları hesabı son aşamasında 5 nolu denkleme göre işlemler Excel ortamında gerçekleştirilmiş ve Tablo 6 oluşturulmuştur.

$$W_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^n d_j}; \forall j \dots\dots\dots (5)$$

**Tablo 6. Kriterlere Ait Ağırlık Değerlerinin Hesaplanması**

	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
<b><math>W_j</math></b>	0,035	0,083	0,105	0,008	0,123	0,138	0,508

Tablo 6 incelendiğinde kriter ağırlık değerlerinin 0 ile 1 aralığında olduğu görülmektedir. Ayrıca bu değerlerin toplamının 1,00’e eşit olması gerekmektedir. Görüleceği üzere elde edilen sonuçların doğruluğu da böylece ispatlanmıştır. Bu sonuca göre Türkiye Cumhuriyetlerin inovasyon performanslarına en çok “yaratıcı çıktılar” kriteri etki etmektedir.

İnovasyon performansını ikinci sırada etkileyen “bilgi ve teknoloji çıktıları” kriteridir. Kriterler arasında ülkelerin inovasyon performanslarına en az etki eden ise “Pazar gelişmişliği” kriteridir.

### 3.3. TOPSIS Yöntemi ile Türki Cumhuriyetlerin İnovasyon Performans Sıralaması

Benzerlik sıralaması yapan ÇKKV yöntemlerinden birisi olan TOPSIS; ideal çözüme olan mesafeleri hesaplayarak alternatif sıralamalarını yapar ve ideal çözüme en yakın, negatif ideal çözüme en uzak mesafeye sahip olan optimum alternatifi belirler (Demireli ve Tükenmez, 2012; Pangaribuan & Beniyanto, 2018; Chen, 2022). TOPSIS metodu; yönetim, finans, muhasebe, pazarlama, ekonomi, üretim, planlama, ulaştırma, sağlık, mühendislik ve eğitim gibi birçok alanda kullanılmaktadır.

Metot 6 adımdan oluşmakta ve başlangıçta karar matrisleri oluşturulmaktadır. Karar matrislerindeki satırlar, üstünlükleri belirlemek için kullanılan alternatif karar noktalarını, sütunlar ise kararı vermede kullanılan faktörleri yani kriterleri göstermektedir (Esmer ve Bağcı, 2016: 27). Aşağıda 6 numaralı denklemde görülen m satırları alternatifleri, n sütunları da kriterleri göstermektedir (Tzeng ve Huang, 2011).

*Birinci adım:* Amacın belirlenerek karar kriterlerinin belirlendiği aşamasıdır. Bu adımda karar matrisleri oluşturulur. Karar matrisindeki değerler 6 numaralı denklem vasıtasıyla hesaplanarak Tablo 7’deki matrisi oluşturulur.

$$A_{ij} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & a_{mn} \end{bmatrix} \dots \dots \dots (6)$$

**Tablo 7. KİE Kriterleri için Karar Matrisinin Oluşturulması**

Alternatifler	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
Azerbaycan	65,0	21,8	36,1	52,2	20,6	10,0	20,5
Kazakistan	69,0	29,7	40,8	50,0	24,3	15,8	12,9
Kırgızistan	56,1	29,0	32,3	47,1	18,6	15,6	9,2
Özbekistan	55,1	27,5	38,5	54,9	15,2	14,1	7,5
Tacikistan	47,0	22,8	21,8	48,4	15,1	16,4	10,4
Türkiye	55,4	38,4	45,0	54,7	28,2	23,2	27,7
Ağırlıklar	0,035	0,083	0,105	0,008	0,123	0,138	0,508



Tablo 7’de Küresel İnovasyon Endeksinde bulunan yedi kriter ve Türkiye Cumhuriyetlerinden oluşan alternatifler için oluşturulan karar matrisi sunulmuştur. Bu tablonun en altındaki satırdaysa kriter ağırlıkları gösterilmiştir.

*İkinci adım:* Karar matrisinde bulunan farklı kriterlere göre performans değerleri elde edilmektedir. Matristeki değerler farklı birimlere veya farklı büyüklüklere sahip olduklarından hesaplamalara başlamadan bu değerlerin standartlaştırılması gerekmektedir. Karar matrisinin standardize işlemi için 7 numaralı formül kullanılmaktadır. Gerekli hesaplamalar Excel ortamında gerçekleştirilmiş ve  $r_{ij}$  ile gösterilen değerler elde edilmiştir. Standardize edilmiş değerlerden oluşan  $R$  standardize karar matrisi 8 numaralı eşitlikte gösterildiği gibi elde edilmiştir.

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^m a_{kj}^2}} \dots \dots \dots (7)$$

Hesaplamalar sonunda  $r_{ij}$  elemanlarından oluşan  $R_{ij}$  matrisi 8 numaralı eşitlik şeklinde gösterilmiştir.

$$R_{ij} = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} \dots & r_{1n} \\ r_{21} & r_{22} \dots & r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ r_{m1} & r_{m2} \dots & r_{mn} \end{bmatrix} \dots \dots \dots (8)$$

7 ve 8 numaralı formüller yardımıyla yapılan işlemler neticesinde elde edilen değerlerden normalizasyonu yapılmış karar matrisi oluşturulmuş ve aşağıda Tablo 8’de sunulmuştur.

**Tablo 8. İnovasyon Performansı İçin Normalize Karar Matrisi**

Alternatifler	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
Azerbaycan	0,4546	0,3099	0,4038	0,4154	0,4028	0,2501	0,5120
Kazakistan	0,4825	0,4222	0,4563	0,3979	0,4752	0,3951	0,3222
Kırgızistan	0,3923	0,4122	0,3613	0,3748	0,3637	0,3901	0,2298
Özbekistan	0,3853	0,3909	0,4306	0,4369	0,2972	0,3526	0,1873
Tacikistan	0,3287	0,3241	0,2438	0,3851	0,2953	0,4101	0,2598
Türkiye	0,3874	0,5459	0,5033	0,4353	0,5514	0,5802	0,6919

Tablo 8’de görüldüğü gibi matristeki her bir değerın karesi alınarak bu değerlerin toplamı bulunur. Bu değerden oluşan sütunların toplamlarının kareköküne bölünmesi sonucunda da normalize edilmiş karar matrisi elde edilir.

*Üçüncü adım:* Analizde kullanılan kriterlerin ağırlık değerleri Entropi yöntemiyle hesaplanıp 9 numaralı denklemde gösterildiği gibi matristeki her bir değerle ağırlıklar çarpılarak Tablo 9'deki ağırlıklandırılmış standart karar matrisi elde edilir.

$$V_{ij} = \begin{bmatrix} w_1 r_{11} & w_2 r_{12} & w_n r_{1n} \\ w_1 r_{21} & w_2 r_{22} & w_n r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ w_1 r_{m1} & w_2 r_{m2} & w_n r_{mn} \end{bmatrix} \dots \dots \dots (9)$$

**Tablo 9. İnovasyon Performansı İçin Ağırlıklandırılmış Standart Karar Matrisi**

Alternatifler	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
Azerbaycan	0,0159	0,0257	0,0424	0,0033	0,0495	0,0345	0,2601
Kazakistan	0,0169	0,0350	0,0479	0,0032	0,0584	0,0545	0,1637
Kırgızistan	0,0137	0,0342	0,0379	0,0030	0,0447	0,0538	0,1167
Özbekistan	0,0135	0,0324	0,0452	0,0035	0,0366	0,0487	0,0952
Tacikistan	0,0115	0,0269	0,0256	0,0031	0,0363	0,0566	0,1320
Türkiye	0,0136	0,0453	0,0528	0,0035	0,0678	0,0801	0,3515

Tablo 9'da ülkelerin 2020 inovasyon performanslarını hesaplamak için ağırlıklandırılmış standart karar matrisinin oluşturulmasından sonraki aşamada, kriter değerleri kriter ağırlıklarıyla çarpılmış ve ağırlıklandırılmış karar matrisi oluşturulmuştur.

*Dördüncü adım:* Bu aşama, ideal (A\*) ve negatif ideal (A<sup>-</sup>) çözümlerinin yapıldığı aşamadır. İdeal çözüm (A\*), ağırlıklandırılmış ve normalleştirilmesi yapılmış karar matrisindeki en yüksek değerden oluşmaktayken, Negatif İdeal Çözüm (A<sup>-</sup>) matristeki en düşük değerlerden oluşmaktadır. Bu hesaplarda 10 numaralı eşitlikler kullanılmaktadır.

$$A^* = \{(\max v_{ij} | j \in J), (\min v_{ij} | j \in J')\}, A^- = \{(\min v_{ij} | j \in J), (\max v_{ij} | j \in J')\} \dots \dots (10)$$

**Tablo 10. İdeal ve Negatif İdeal Çözüm Değerleri**

Alternatifler	K <sub>1</sub>	K <sub>2</sub>	K <sub>3</sub>	K <sub>4</sub>	K <sub>5</sub>	K <sub>6</sub>	K <sub>7</sub>
İdeal Karar Noktası	0,0169	0,0453	0,0528	0,0035	0,0678	0,0801	0,3515
Negatif Karar Noktası	0,0115	0,0257	0,0256	0,0030	0,0363	0,0345	0,0952

Tablo 10'da görülebileceği üzere, Tablo 9'daki K<sub>1</sub> sütunundaki değerler arasından en büyük değer ideal karar noktası, en küçük değer ise negatif karar noktası değerleri olarak seçilir ve K<sub>1</sub> sütununa yazılır. Diğer sütunlar da aynı şekilde oluşturulur.

*Beşinci adım:* Ayırım ölçüleri hesaplanırken, 11 numaralı formül kullanılarak ideal ayırım ( $S_i^*$ ) ve negatif ideal ayırım ( $S_i^-$ ) değerleri hesaplanarak bulunan değerler Tablo 11’de gösterilmiştir.

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2} \quad S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \dots\dots\dots (11)$$

**Tablo 11. Ülkelerin İdeal ve Negatif İdeal Noktasına Uzaklıkları**

Ülkeler	İdeal Uzaklık	Negatif İdeal Uzaklık
Azerbaycan	0,1060602	0,1663838
Kazakistan	0,1900863	0,0787307
Kırgızistan	0,2380650	0,0337461
Özbekistan	0,2605548	0,0251857
Tacikistan	0,2254683	0,0429318
Türkiye	0,0033288	0,2643633

Tablo 11’de görüldüğü gibi, ideal ve negatif ideal noktalarına uzaklıklar hesaplanırken önce ağırlıklandırılmış karar matrisindeki her değer ideal ve negatif ideal değerlerinden çıkarılır. Sonraki aşamada, bu değerlerin kareleri alınır ve daha sonra satırdaki tüm değerler toplanarak elde edilen toplam değerın karekökü alınmış ve elde edilen sonuçlardan Tablo 11 oluşturulmuştur.

*Altıncı adım:* Bu adımda ayırım ölçüleri vasıtasıyla Türki Cumhuriyetlerin inovasyon performansı (C) değeri, 12 numaralı denklem kullanılarak hesaplanmaktadır. Elde edilen puanların 0 ile 1 arasında bir değer olması gerekmektedir.

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*} \quad 0 \leq C_i^* \leq 1 \quad i = 1 \dots n \dots\dots\dots (12)$$

TOPSİS metoduyla 6 adımda gerçekleştirilen inovasyon performans sıralama hesapları sonucunda bulunan ülke sıralaması aşağıda Tablo 12’de sunulmuştur.

**Tablo 12. Türki Cumhuriyetlerin İnovasyon Performansı Sıralamaları ve Skorları**

Sıra	Ülkeler	Skorlar
1	Türkiye	0,99
2	Azerbaycan	0,61
3	Kazakistan	0,29
4	Tacikistan	0,16
5	Kırgızistan	0,12
6	Özbekistan	0,09

Çalışma sonucunda, 2020 yılını kapsayan Küresel İnovasyon Endeksi verilerinden faydalanarak, Türki Cumhuriyetlerin inovasyon performanslarına göre sıralaması elde edilmiştir.

Aşağıda Tablo 13’de alternatif ülkelere ait ağırlıklandırılmış kriter ağırlıklarına göre sıralamaları gösterilmiş ve daha sonra ülkelerin kriterlere göre sıralamadaki üstünlük ve zayıflıkları yorumlanmıştır.

**Tablo 13. Ağırlıklandırılmış Kriter Değerlerine Göre Yapılan Sıralamalar**

Alternatifler	Kurumlar	Beşeri Serm.ve Araştırma	Altyapı	Pazar Gelişmişliği	İş Gelişmişliği	Bilgi ve Teknoloji Çıktıları	Yaratıcı Çıktılar
Azerbaycan	2	6	4	3	3	6	2
Kazakistan	1	2	2	4	2	3	3
Kırgızistan	3	3	5	6	4	4	5
Özbekistan	5	4	3	2	5	5	6
Tacikistan	6	5	6	5	6	2	4
Türkiye	4	1	1	1	1	1	1
Kriter Ağırlık.	6	5	4	7	3	2	1

Tablo 13’de görüldüğü gibi Türkiye kurumlar kriteri dışında tüm kriterlerde en iyi durumda olup. kurumlar kriterinde ise Kazakistan birinci durumdadır. Yukarıda gösterilen ülke sıralamaları ve ağırlıklandırılmış kriter sıralamaları tabloları üzerinden genel bir değerlendirme yapılarak aşağıda özetlenmiştir.

(1) Ülkeler arasında Türkiye yüksek bir değer elde ederek inovasyon performansı sıralamasında birinci olmuştur. Küresel İnovasyon Endeksi verilerine bakıldığında ağırlıkları en yüksek olan “bilgi ve teknoloji çıktıları” ile “yaratıcı çıktılar” kriterlerinde Türkiye’nin en yüksek puanlara sahip olduğu görülmektedir. Türkiye bir tek “kurumlar” başlığı altında 6 ülkeden 4. Sırada yer almaktadır.

(2) Azerbaycan diğer ülkelere oranla dikkat çeken bir puan farkıyla sıralamada ikinci olmuştur. KİE verileri incelendiğinde, “kurumlar” kriterinde Kazakistan’ın ardından 2. sıradadır. Dikkat çeken diğer bir veri de, ağırlık etkisi ikinci sırada olan “bilgi ve teknoloji çıktıları” kriterindeki puanının 6 ülke arasında sonuncu sırada olmasıdır.

(3) Son dört sırada yer alan ülkeler beraber değerlendirildiğinde sıralama skorları arasında belirgin farklar yoktur. Üçüncü sırada yer alan Kazakistan altı ülke arasında “kurumlar” başlığında en yüksek puana sahiptir. İnovasyon performansı sıralamasında dördüncü olan Tacikistan “kurumlar” başlığında altı ülke arasında sonuncu sırada yer alırken, “bilgi ve

teknoloji çıktıları” başlığında Türkiye’nin ardından ikinci sırada yer almaktadır. Sıralamada beşinci olan Kırgızistan “pazar gelişmişliği” başlığında altı ülke arasında sonuncu sıradadır. “kurumlar” başlığında ise Türkiye’den yüksek bir puana sahiptir. İnovasyon performansı sıralamasında sonuncu olan Özbekistan “Pazar gelişmişliği” başlığında en yüksek puanı alarak birinci olmuştur. Ağırlık değeri en yüksek olan “yaratıcı çıktılar” başlığında ise altı ülke arasında sonuncu sırada yer almaktadır.

## 6. Sonuç ve Öneriler

KİE, ülkelerin inovasyon kapasitelerini ortaya koymanın yanı sıra, ülkelerin inovasyon ile ilgili planları ve uygulamaları vasıtasıyla kuvvetli ve zayıf taraflarını da net bir şekilde açıklamaya yönelik olarak da kullanılmaktadır. KİE ölçümleri ile ülkeler; hangi faktörlerin ne kadar önemseneceğini, hangi faktörlerde yetersiz olduğunu, hangi faktörlerde iyi performans gösterildiğini, geliştirilecek ya da iyi yönler nelerdir ve daha iyiye nasıl gidilebilir gibi sorularına cevaplar bulabilmektedirler. Bu sebepten küresel inovasyon endeksi ülkelerin kendilerine kılavuz olarak seçebileceği endekslerdendir (Ay Türkmen ve Aynaoglu, 2017). Bu endeksten yararlanarak ülkeler, ekonomilerini hangi kriterlerin iyileştirebileceğini ve bu kriterlerin ağırlıklarının ne kadar olması gerekiyor buna karar verip rekabet edeceği ülkelerle nasıl mücadele edebileceğine dair stratejiler geliştirebileceklerdir.

Çalışmada, ülkeler için hem yerel düzeyde hem de uluslararası düzeyde rekabet yeteneği geliştirmenin, verimlilikte artış sağlamanın, ekonomik olarak ilerleme ve gelişmenin, dolayısıyla refah ve yaşam kalitesini artırmanın önemli ön koşullarının başında gelen inovasyon, KİE 2021 verileri çerçevesinde ele alınmıştır. İlk kısımda küresel performans indeksi ile ilgili literatürde yapılan çalışmalar incelenmiş, daha sonra Türk Devletleri Teşkilatına üye 6 ülkenin inovasyon performansı sıralaması TOPSIS yöntemi ile yapılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler WIPO tarafından yayınlanan GII 2021 raporundaki Dünya geneline ait verilerinden seçilerek alınmış olup bu endekse ait 7 kriterin ağırlıkları ise Entropi yöntemiyle hesaplanıp çalışmaya dahil edilmiştir. Son olarak da ülke sıralamaları ve ağırlıklandırılmış kriter ağırlıkları tabloları oluşturularak elde edilen sonuçlar tartışılarak daha sonra yapılacak araştırmalar için birtakım öneriler geliştirilmiştir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; Türki Cumhuriyetlerin inovasyon *performansını en çok etkileyen* “yaratıcı çıktılar” kriteri olup en düşük ağırlık ise “pazar gelişmişliği” kriterine aittir. Alternatif ülkelere ait ağırlıklandırılmış kriter ağırlıklarına göre sıralamaları yapılmış ve buna göre Türkiye “kurumlar” kriteri dışında tüm kriterlerde en iyi durumdadır.

“Kurumlar” kriterinde ise Kazakistan birinci durumdadır. Bu sonuca göre Türkiye’nin “kurumlar” kriterindeki zayıflığı giderici bir takım tedbirler alması ve kurumlarını daha da güçlendirmesi gerektiği önerisi geliştirilebilir.

Yapılan TOPSIS sıralaması sonucuna göre, ikinci sırada bulunan Azerbaycan, “yaratıcı çıktılar” ve “kurumlar” kriterlerinde de ikincilik sırasını korumuştur. Kriter ağırlıkları sıralamasına göre Azerbaycan’ın öncelikle zayıf olduğu “bilgi ve teknoloji çıktıları” kriterini güçlendirmek için (kriter ağırlığı-önemi 2 sırada) daha fazla çalışıp bu zayıf noktasını güçlendirmesi gerektiği önerilebilir.

KİE sıralamasına göre 3 sırada olan Kazakistan’ın “kurumlar” kriterinde en yüksek puana sahip olmasına rağmen, bu kriterin ağırlığının 6 sırada olması sebebiyle genel sıralamaya fazla etki yapmadığı ve bu yüzden Kazakistan’ın öncelikle zayıf olduğu fakat kriter ağırlığı en yüksek olan “yaratıcı çıktılar” kriterini güçlendirmesi önerilebilir.

Çalışmada, yapılan benzer çalışmalardan farklı olarak Türki Cumhuriyetlerin inovasyon kriterleri bakımından iyi ve kötü yönleri karşılaştırılmış ve birbirlerinden farklı yönleri belirlenmiştir. Böylece ülkelerin performans ve verimliliklerini artırmalarına yardımcı olmak istenmiştir. Ek olarak, bu çalışmanın ileride yapılacak araştırmalarda kaynak olarak kullanılabilmesi ve karar süreçlerine destek olarak kullanılabileceği değerlendirilmiştir.

## Kaynakça

- Al-Sudairi, M. & Bakry, S. H. (2014), Knowledge issues in the global innovation index: Assessment of the state of Saudi Arabia versus countries with distinct development. *Innovation: Management, Policy & Practice*, 16(2), 176-183.
- Ay Türkmen, M. & Aynaoglu, Y. (2017), Küresel rekabet endeksi göstergelerinin küresel inovasyon endeksi üzerindeki etkisi. *Business and Management Studies an International Journal*, 5(4), 257-282.
- Ayçin, E., & Çakın, E. (2019). Ülkelerin inovasyon performanslarının ölçümünde Entropi ve MABAC çok kriterli karar verme yöntemlerinin bütünleşik olarak kullanılması. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 326-351.
- Aytekin, A., Ecer, F., Korucuk, S., & Karamaşa, Ç. (2022). Global innovation efficiency assessment of EU member and candidate countries via DEA-EATWIOS multi-criteria methodology. *Technology in Society*, 68, 101896.
- Ballı, E. & Manga, M. (2015). Ulusal inovasyon kapasitesi üzerine bir deneme: OECD ülkeleri örneği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 7(2), 58-74.

- Bıyıklı, M. (2016). Türk dünyası ortak kuruluşu olarak Türk akademisi uluslararası teşkilatı (TWESCO), rolü ve iş birlikleri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Afro-Avrasya Özel Sayısı, ss.404-418.
- Burmaoğlu, S. (2012). Ulusal inovasyon göstergeleri ile ulusal lojistik performansı arasındaki ilişki: AB ülkeleri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 12(2), 193-208.
- Chen, P. (2021). Effects of the entropy weight on TOPSIS. *Expert Systems with Applications*, 168(8), 114186.
- Demireli, E. (2010). TOPSIS çok kriterli karar verme sistemi: Türkiye'deki kamu bankaları üzerine bir uygulama. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1), 101-112.
- Demireli, E. & Tükenmez, N.M. (2012). İşletme performansının ölçümü: TOPSIS çok kriterli karar verme yöntemi üzerine bir uygulama. *Verimlilik Dergisi*, (1), 25-43.
- Deng, H., Yeh, C. H., & Willis, R. J. (2000). Inter-company comparison using modified TOPSIS with objective weights. *Computers & Operations Research*, 27(10), 963-973.
- Esmer, Y. & Bağcı, H. (2016). Katılım bankalarında finansal performans analizi: Türkiye örneği, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 17-30.
- Gürtuna, F. & Polat, U. (2020). Küresel inovasyon endeksi verilerinin kümeleme analizi ile değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 35(2), 551-565.
- Hancıoğlu, Y. (2016). Küresel inovasyon endeksini oluşturan inovasyon girdi ve çıktı göstergeleri arasındaki ilişkinin Kanonik korelasyon analizi ile incelenmesi: OECD örneği, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (4), 131-157.
- Hancıoğlu, Y. (2017). Küresel inovasyon endeksi göstergeleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 352-365.
- Işık, Ö. (2019). Entropi ve TOPSIS yöntemleriyle finansal performans ile pay senedi getirileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Kent Akademisi*, 12(37), 200-213.
- Jankowska, B., Matysek-Jędrych, A. & Mroczek-Dąbrowska, K. (2017). Efficiency of national innovation systems: Poland and Bulgaria in the context of the Global Innovation Index. *Comparative Economic Research*, 20(3), 77-94, <http://dx.doi.org/10.1515/cer-2017-0021>
- Karagöz, U. (2010). Kamu sektöründe yeni bir inovasyon girişimi: hizmet envanteri veri tabanı (HEVT) projesi. *Türk İdare Dergisi*, 476(2010), 133-150.
- GII, (2020). Global Innovation Indeks, [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2020.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf)
- Meyliana, M., Hidayanto, A. N. & Budiardjo, E. K. (2015). Evaluation of social media channel preference for student engagement improvement in universities using entropy and TOPSIS method. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 8(5), 1676-1697.
- Oralhan, B. & Büyüktürk, M.A. (2019). Avrupa birliği ülkeleri ve Türkiye'nin inovasyon performansının çok kriterli karar verme yöntemleriyle kıyaslanması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi (EJOSAT)*, (16), 471-484.

- Oturakci, M. (2021). Comprehensive analysis of the global innovation index: statistical and strategic approach. *Technology Analysis & Strategic Management*, pp.1-13. ET: 20.05.2021, <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1980209>
- Özbek, H. & Atik, H. (2013). İnovasyon göstergeleri bakımından Türkiye'nin Avrupa Birliği ülkeleri arasındaki yeri: İstatistiksel bir analiz, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (42), 93-210.
- Pangaribuan, P., & Beniyanto, A. (2018). SAW, TOPSIS, PROMETHEE method as a comparison method in measuring procurement of goods and services auction system. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 407, No. 1, p. 012045). IOP Publishing.
- Saldanlı, A. & Sırma, İ. (2014). TOPSİS yönteminin finansal performans göstergesi olarak kullanılabilirliği. *Öneri Dergisi*, 11(41), 85-202.
- Sohn, S.Y., Kim, D.H. & Jeon, S.Y. (2016). Re-evaluation of global innovation index based on a structural equation model. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(4), 492-505.
- Stojanovska, S. & Josifovska, A. (2015). Macedonians' innovation system: What does and what does not. *Journal of Sustainable Development*, 5(14)23-38.
- Şahinli, M.A. & Kılınç, E. (2013). İnovasyon ve inovasyon göstergeleri: AB ülkeleri ve Türkiye karşılaştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (25), 329-355.
- Toprak, M.S. & Çanakçıoğlu, M. (2019). Banka performansının Entropi ve COPRAS yöntemi ile değerlendirilmesi: Türk bankacılık sektörü üzerine bir araştırma. *Mali Çözüm Dergisi*, 29(154), 107-132.
- Turan E. (2018). *Küresel inovasyon endeksi kapsamında Türkiye'nin konumunun değerlendirilmesi: 2011-2017*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- TURKKON (2022). Türk konseyi hakkında, E.T:19.04.2022, <https://www.turkkon.org/tr/turk-konseyi-hakkinda>.
- Tzeng, G.H. & Huang, J. (2011). *Multiple attribute decision making methods and applications*, CRC Press Taylor & Francis Group, pp.95-102.
- WIPO (2020). Global innovation index, World intellectual property organization, Switzerland, E.T: 19.04.2022, [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_gii\\_2020.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2020.pdf)
- Wonglimpiyarat, J. (2010). Innovation index and the innovative capacity of nations. *Futures*, 42 (3), 247-253.



## II. DÜNYA SAVAŞI YILLARINDAN GÜNÜMÜZE İNSANLIĞIN YILLARDIR DEĞİŞMEYEN SORUNU ‘GIDA KRİZİ’NE ÜN DERGİSİNDEN BAKMAK\*

Mustafa GÖKMEN<sup>1</sup>, Süleyman Hakan YILMAZ<sup>2</sup>

### Öz

İkinci Dünya Savaşı'nın çıkmasıyla birlikte Türkiye'de ciddi savaş korkusu ve endişe yaşanmıştır. Türkiye'nin genç ve çalışma çağındaki erkek nüfusu savaş sebebiyle silah altına alınmıştır. Bu durum tarımsal üretimde ciddi düşüşe sebep olmuştur. Buna bağlı olarak halkın beslenme sorunu baş göstermiştir. Dünya ekonomik bunalımının ardından Türkiye'de 1929 yılında İktisat ve Tasarruf Cemiyeti kurulmuştur. Cemiyet, milli iktisat politikalarının belirlenmesi, yerli malı kullanımını teşvik konularında faaliyetlerde bulunmuştur. Planlı Ekonomik faaliyetlerin gelişmesi için de çalışmalar yapan Cemiyet, 1936 yılında Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu adını alarak faaliyetlerini sürdürmüştür. 1939 yılında II. Dünya Savaşı'nın çıkması üzerine Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu da tasarrufu ve üretimi arttırmak için çalışmalara yoğunlaşmıştır. Bu çalışmada Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu tarafından Isparta Halkevi'nin yayın organı Ün dergisinde yayınlanan halkı üretime ve tasarrufa teşvik eden duyurular incelenmiştir. II. Dünya Savaşı devam ederken 1940 ve 1941 yıllarında yayımlanan duyurular Nitel İçerik Analizi yöntemiyle analiz edilerek ulaşılan sonuçlar anlamlı bütün haline getirilerek çalışma sonuçlandırılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İkinci Dünya Savaşı, Gıda Krizi, Tasarruf, Üretim, Basın, Ün Dergisi  
**Jel Sınıflaması:** D8, D83, E2, E21, L82, Q1.

## LOOKING AT THE 'FOOD CRISIS', THE UNCHANGING PROBLEM OF HUMANITY FOR YEARS FROM THE WORLD WAR II TO THE PRESENT, FROM THE JOURNAL OF ÜN

### Abstract

With the outbreak of the Second World War, serious fear of war and anxiety were experienced in Turkey. Turkey's young and working-age male population has been recruited due to the war. This situation caused a serious decrease in agricultural production. As a result, the problem of nutrition of the people has arisen. After the world economic crisis, the Economy and Savings Society was established in Turkey in 1929. The Society has been active in determining national economic policies and promoting the use of domestic goods. The Society, which also works for the development of Planned Economic activities, continued its activities in 1936 under the name of National Economy and Increase Agency. In 1939, Upon the outbreak of the World War II, the Agency also focused on studies to increase savings and production. In this research, the announcements encouraging the public to production and savings in the journal of Ün, the publication of the Isparta Community Center, were examined by the National Economy and Increment Agency. During the World War II, the announcements published in 1940 and 1941 were analyzed with the Qualitative Content Analysis method, and the results were made into a meaningful whole and the study was concluded.

**Keywords:** World War II, Food Crisis, Savings, Production, Press, Ün Magazine  
**JEL Classification:** D8, D83, E2, E21, L82, Q1.

\*Bu makale Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Süleyman Hakan Yılmaz danışmanlığında yürütülen "Türkiye Cumhuriyeti'nin Ulus Devlet Olarak İnşasında Basının Rolü Ün Dergisi Örneği" başlıklı doktora tezinden faydalanılarak üretilmiştir.

<sup>1</sup> Dr., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, [mustafagokmen@isparta.edu.tr](mailto:mustafagokmen@isparta.edu.tr), ORCID: 0000-0001-6712-3759

<sup>2</sup> Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, [shyilmaz@selcuk.edu.tr](mailto:shyilmaz@selcuk.edu.tr), ORCID: 0000-0003-4563-0834

## 1. Giriş

İkinci Dünya Savaşı bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de ciddi savaş korkusu ve endişe yaşanmasına sebep olmuştur. Esasında I. Dünya Savaşı sonrasında kurulan dünya düzeni tam oturmadan 1929 yılında dünya ekonomik bunalımı patlak vermiştir. Dünyadaki gelişmeleri yakından takip eden Türkiye Cumhuriyeti’nin kurucu kadroları, milli iktisat politikalarının belirlenmesi amacıyla İktisat ve Tasarruf Cemiyeti adında bir kurumsal bir yapıyı oluşturmuşlardır. Cemiyet, yerli malı kullanımını teşvik konularında faaliyetler yürütmüştür. Planlı Ekonomik faaliyetlerin gelişmesi için de çalışmalarda bulunmuştur. 1936 yılında İktisat ve Tasarruf Cemiyeti, Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu adını alarak faaliyetlerini sürdürmüştür. 1939 yılında II. Dünya Savaşı’nın çıkması üzerine savaş şartlarında milli ekonominin güçlendirilmesi için Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu tasarrufu ve üretimi arttırmak için çalışmalarda bulunmuştur.

Avrupa’da ilk başlarda Rusya ve Almanya’nın Polonya üzerinde genişleme çabalarıyla başlayan savaş, Doğu Avrupa ile birlikte Güney Doğu Avrupa ve Balkan ülkelerine sıçramıştır. Savaşın Türkiye sınırına yaklaşması üzerine genç ve çalışma çağındaki erkek nüfus savaş sebebiyle silah altına alınmıştır. Türk Silahlı Kuvvetlerindeki asker sayısı 1936 yılında 120 bin civarındadır. Savaş yıllarında askeri seferberlik sebebiyle tarımsal üretimde çalışan köylü kesimden silah altına alınanlarla asker sayısı yaklaşık olarak bir milyona yükselmiştir. Bu durum tarımsal üretimde ciddi düşüşe sebep olmuştur. Tarım makinelerinin yetersiz olduğu, tarımsal faaliyetlerin insan gücüyle sürdürüldüğü savaş yıllarında, çalışan nüfus askerlik sebebiyle tüketici konuma dönüşmüştür. Çalışacak insan gücünden yoksun sivil halkın beslenme sorunu ortaya çıkmıştır (Kafaoğlu, 2002, s.74 ve Boratav, 1989, s. 304’ten aktaran Metinsoy, 2017, s.52).

Savaşın getirdiği ekonomik, sosyal ve finansal sorunları aşmak için ise olağanüstü tedbirler alınmıştır. Varlık Vergisi, Milli Koruma Kanunu ve Toprak Mahsulleri Vergisi\* bu dönemin zorunlu uygulamalarıdır.

---

\* Varlık Vergisi, 11 Kasım 1942 günü TBMM’de kabul edilen 4305 sayılı kanunla, servet sahibi vatandaşların yüksek vergi uygulamasıyla vergilendirilmesi, belirlenen sürede vergisini ödemeyenlerin çalışma kamplarına gönderilmesi uygulamasıdır. 15 Mart 1944’te kabul edilen bir kanunla Varlık Vergisi uygulaması kaldırılmıştır. Milli Koruma Kanunu ise, çalışma hayatındaki işçi kesiminin haklarını düzenleyen 1936 tarihli İş Yasası’nın işçi lehine olan hakları askıya almıştır. Kamu ve özel işletmelerde savaş yılları boyunca fazla ve zorunlu mesai de dahil olmak üzere çalışma hayatına müdahale edilmiştir. Savaştan sonra katı uygulamalar hafifletilmiştir. Toprak Mahsulleri Vergisi, savaşın getirdiği iktisat sorununu hafifletmek için 1943 yılında getirilmiştir. Osmanlı dönemindeki Aşar Vergisi’ni hatırlatan tarımsal ürünlerden yüzde 10 aynı vergi alınmasını öngörmüştür. 1944 yılında halktan gelen tepkiler sebebiyle revize edilen bu vergi 1946 yılına kadar yürürlükte kalmıştır. Bu üç vergi türünün, toplumun değişik kesimlerinde iktisadi, siyasi ve sosyal sonuçlar doğurduğu söylenebilir.

Türk halkının beslenme ihtiyacı için temel besin maddesi olan ekmeğin hammaddesi olan buğdayın üretiminin düşmesi ve ithalatında zora girmesi halkı ve yönetimi endişeye sürüklemiştir. Eldeki kaynakları iktisatlı kullanmak için şehirlerde yaşayan sivil halka karne ile ekmek dağıtılmaya başlanmıştır. İlk karne ile ekmek dağıtım uygulaması 11 Ocak 1942'de Ankara ve İstanbul'da başlamıştır. Sonraki günlerde diğer kentlerde de uygulamaya geçilmiştir. Fakat, başta beklenen başarı elde edilememiştir. Daha sonra yaşanan bazı sorunlar sebebiyle karne ile ekmek dağıtımını İstanbul, Ankara ve İzmir illeriyle sınırlı tutulmuştur (Metinsoy, 2017, s. 111-146). Savaşın getirdiği zorluklar sebebiyle alınan sıkı tedbirler savaş sırasında ve sonrasında sosyal, iktisadi ve siyasi sonuçlar doğurmuştur.

Aradan geçen 80 yıla rağmen gıda krizleri günümüzde de dünyanın değişik bölgelerinde tekrar tekrar yaşanmaktadır. Covid-19 süreci ve ardından yaşanan Rusya-Ukrayna savaşı sebebiyle dünyada büyük bir gıda ve enerji tedariki endişesi baş göstermiştir. Türkiye'de de ayçiçek yağı gibi bazı gıda maddelerinin üretim yetersizliği, enerji maliyetlerinin artması, ithalat imkanlarının güçleşmesi sebebiyle fiyatı artmıştır. Türkiye'de tarımsal üretim iklim şartları ve mevsimsel etkilerle rekolte farklılıkları gösterebilmektedir. Bu durum zaman zaman bazı ürünlerde sıkıntıların yaşanmasına sebep olabilmektedir. Dünyada da benzer bir durum söz konusudur. Rusya-Ukrayna savaşı sebebiyle yaşanan enerji ve gıda krizi, enerji ve gıdada dışa bağımlı olan ihtiyacı ithalat yoluyla karşılayan ülkelerde ciddi endişeye sebep olmuştur. Savaşan devletler, Birleşmiş Milletlerin öncülüğünde, Türkiye'nin arabuluculuğunda depolarda bekleyen hububatın Karadeniz'de oluşturulacak güvenli gıda koridoru üzerinden dünyaya dağıtılması için anlaşmıştır. Yapılan bu anlaşma sonucu gemilere yüklenen hububat Karadeniz'de oluşturulan güvenli koridorundan geçerek İstanbul'daki müşterek kontrol noktasına gelmektedir. Burada yapılan gerekli kontroller sonrası gemiler Türk boğazlarından geçerek dünyanın değişik noktalarına gıda taşımaktadır. Dünyanın yıllar sonra yüz yüze geldiği bu büyük gıda krizi Türkiye'nin diplomatik öncülüğünde anlaşma ile neticelenmiştir. Anlaşma\* ile sağlanan bu durum gıdaya ulaşımında sorun yaşayan ülkeler için büyük önem taşımaktadır. Söz konusu anlaşmanın süresi ortaya çıkan ihtiyaç doğrultusunda uzatılmıştır (Dellal, 2022).

Türkiye için yaşanan bu sorun ilk değildir. II. Dünya Savaşı yıllarında Türkiye savaşa girme endişesi sebebiyle büyük gıda krizi yaşamıştır.

---

\* Ankara Barosu Dergisinde yayınlanan bir makalede "Tahıl Koridoru" konusunda detaylı bilgiler yer almaktadır. Makalede söz konusu anlaşmanın tarafları ve anlaşmayı gerekli kılan süreç ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Bakınız: CANDAN, T., & HALHALLI, O. E. (2022). Uluslararası Hukuk Açısından Tahıl Koridoru Anlaşması'nın Kısa Bir Analizi. Ankara Barosu Dergisi, 80(4), 363-404.

O yıllarda yayınlanan gazete ve dergilerde bu krizin izleri sürülebilir. II. Dünya Savaşı devam ederken Türkiye'nin savaşa girmesi yönünde savaşan taraflardan yoğun baskı gelmiştir. Türkiye, bütün diplomatik manevraları yaparak, “Yurtta sulh, cihanda sulh!” düsturuyula hareket etmiştir. Yurt dışında genç Cumhuriyet'i savaşa sokmamak için diplomatik yoğun mesai harcanırken, yurt içinde ise Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu tarafından basın yayım araçlarında halkı üretime ve tasarrufa teşvik eden kamu spotu niteliğinde duyurular yayınlanmıştır. Bu araştırma kapsamında Isparta Halkevi yayım organı *Ün* dergisi'nde 1940 ve 1941 yıllarında Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu tarafından yayınlanan yer yer propaganda unsurları da taşıyan kamu spotu niteliğindeki duyurular ele alınmıştır. 1940 yılında Kasım-Aralık aylarının birleştirilmesiyle yayınlanan *Ün* dergisi'nin 80-81. sayısında 8 adet duyuru yayınlanmıştır. 1941 yılında Mart-Nisan-Mayıs aylarının birleştirilmesiyle yayınlanan *Ün* dergisi'nin 84-85-86. sayılı nüshasında ise “Ekonomik Vecizeler” başlığı altında uzun bir metin olarak tek bir duyuru yayınlanmıştır. Söz konusu duyurularda halkı üretime ve tasarrufa teşvik eden “damlaya damlaya göl olur” gibi sloganlar kullanılmıştır. Söz konusu sloganlar, ulusal duygulara doğrudan göndermeler içeren, üretimi ve tasarrufu teşvik eden ata sözlerine atıf yapan mesajlarla doludur. Bu yıllar üretimin ve tasarrufun devlet eliyle güçlü şekilde vurgulandığı yıllar olmuştur. II. Dünya Savaşı'nın üzerinden 80 yıl geçmesine rağmen gerek dünyanın, gerekse ülkemizin en önemli sorunlarından birisi muhtemel bir gıda krizidir. Gıda krizinde alınması gereken önlemlerden ilk akla gelenleri; üretimin arttırılması, israfın önlenmesi, kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanılması, üretim araçlarının korunması ve geliştirilmesi ve tasarruf olarak sıralanabilir.

## 2. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu

New York Borsası'nda 24 Ekim 1929 günü yaşanan sarsıntı Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ekonomisinde panik yaşanmasına sebep olmuştur. Bu durum kısa zamanda borsada işlem gören hisse senetlerinin tamamında satışları beraberinde getirmiştir. İlk başlarda geçici bir durum olduğu kabul edilen zaman içinde şartların değişmesiyle düzeleceği umulan hisse senetlerindeki satış eğilimi sonraki günlerde de artarak devam etmiştir. Kriz ile birlikte büyük çaplı firmalar ve bankalarda iflaslar yaşanmaya başlanmıştır. Bu durum zincirleme şekilde diğer firma ve banka iflaslarını da beraberinde getirmiştir. New York Borsası'nda başlayan bu kriz, ilk önce ABD ekonomisinde durgunluğa sebep olmuştur. Sonrasında ise tüm dünyaya dalga dalga yayılan büyük iktisadî bir buhrana dönüşmüştür. Bu bunalımdan sanayileşmiş ülkelerin yanı sıra gelirinin büyük kısmını tarımsal ürün ihracatından sağlayan ülkeler de etkilenmiştir.

Türkiye'nin de aralarında bulunduğu ihracatları tarım ürünlerine dayalı ülkeler krizden daha çok etkilenmiştir. Tarımsal üretimden ihracat geliri elde eden Türkiye gibi ülkelerin ödemeler dengesinde açıklar ve bozulmalar yaşanmıştır. Bu durum II. Dünya Savaşı'nın başladığı yıla kadar devam etmiştir. Savaş şartları, var olan ekonomik zorlukları daha da arttırmıştır (Uluatam, 2022).

Dünya ekonomik buhranı yaşanırken Türkiye'de Atatürk'ün önerisiyle 12 Aralık 1929'da Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti \* kurulmuştur. Dönemin önemli devlet ve siyaset adamları cemiyetin kurucuları arasındadır. Kazım Özalp başkanlığında bir heyet cemiyeti kurmuştur. Milli Mücadelenin kumandanlarından olan Kazım Özalp bu görevi 20 yıl sürdürmüştür. Dünyadaki ekonomik buhranının yıkıcı etkilerini azaltmak, israfla mücadele ederek tasarrufu teşvik etmek, yerli malların tanıtımını ve kullanımını özendirmek gibi amaçları gerçekleştirmek için kurulan Cemiyet 1931'de İstanbul'da faaliyetlerine başlamıştır. 1939 yılında faaliyet merkezini Ankara'ya taşıyan Türk İktisat Cemiyeti, 12 Haziran 1939'da adını Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu olarak değiştirilmiştir. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu 18 Ocak 1955 tarihinde Türkiye Ekonomi Kurumu adını almıştır. Kurum, Türkiye'de ekonomi bilincinin yerleşmesine katkıda bulunmak amacıyla çalışmalarını yürütmektedir. Ankara'da faaliyet gösteren ve şubesi bulunmayan Türkiye Ekonomi Kurumu, Uluslararası Ekonomi Birliği'nin üyesidir (<http://www.tek.org.tr/>).

İkinci Dünya Savaşı, 1939 sonbaharında Hitler yönetimindeki Alman ordularının 1 Eylül'de sınırı aşip Polonya'yı işgale girişmesiyle başlamıştır. Yetersiz askerî güce sahip olan Polonya, güçlü ve saldırgan Alman güçlerine karşı sonu belirsiz bir mücadeleye başlamıştır. I. Dünya Savaşının galipleri Avrupa'nın iki güçlü ülkesi Fransa ve İngiltere Almanya'ya savaş ilan etmiştir. Devam eden günlerde Avrupa'daki çok sayıda ülke yıllar sürecektir kanlı bir savaşa dahil olmuştur. Avrupa ile sınırlı kalmayan savaş, Uzak Doğuya sıçrayarak Japonya ile Çin'i etkisi altına almıştır. Uzak Doğu daha sonra Japonya ile ABD kanlı savaşına sahne olmuştur. Böylece savaş tüm dünyayı sarmıştır. Türkiye II. Dünya Savaşı'nın (1939-1945) dışında kalmasına rağmen savaşın sarsıcı etki ve sonuçlarının dışında kalması mümkün olmamıştır (Uluatam, 2022).

İkinci Dünya Savaşının başlamasını takip eden süreçte Alman ordusu Güneydoğu Avrupa'da Balkan coğrafyasında yer alan ülkeleri fiilen işgal etmiş veya kendisine dost hükümetler

---

\* Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti'nin kuruluş süreciyle ilgili ayrıntılı bilgi için bakınız. Duman, D. (1992). Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 127-143.

vasıtasıyla denetim altına almıştır. Alman ordularının Türkiye sınırına kadar yaklaşması istila ve işgal tehlikesinin baş göstermesi üzerine tüm yurttaki kaygı ve sıkıntıları çok yüksek düzeye çıkarmıştır. Alman ordularının 1940 yılında fiilen Türk sınırlarına dayanması Trakya ve Ege’de gerilimi arttırmış bu bölgelerde yaşayan Türk vatandaşları korku dolu günler geçirmiştir. Alman ordusunun bir işgal girişi girişimi ihtimali sebebiyle Türk ordusu, savaş boyunca sınır boylarında tetikte bekletmiştir. Alman ordusunun Balkan coğrafyasında ilerleyerek İstanbul’a 150 kilometre kadar yaklaşması üzerine Almanya ile 1941’de yapılan dostluk anlaşması esasında Almanya’yı oyalamak ve tarafsızlığı korumak için işe yaramıştır. Savaşan tarafların savaşa girmesi yönünde yapılan baskılarına karşı Türkiye hazırlıklarının yetersizliği gerekçesiyle direnmiştir (Uluatam, 2022; Zürcher, 2018, s. 239; Lewis, 2018, s. 395).

İkinci Dünya Savaşı\* ile birlikte gerek savaşan gerekse savaşın dışında kalan ülkelerde ki hükümetlerin önemli büyük sorunlarından birisi de halkın ve silahlı kuvvetlerin yiyecek ve giyecek ihtiyaçlarının karşılanması olmuştur. Savaşın dışında kalan Türkiye’de halkın temel besin maddesi olan ekmek için gerekli olan buğdayın temininde 1941 yılından sonra ciddi sıkıntılar yaşanmaya başlamıştır. Savaş sebebiyle çalışma çağındaki erkek nüfusun silah altına alınması, tarımsal üretiminde hububat üretiminin düşmesine sebep olmuştur. Üretimde düşüş ile birlikte savaş şartları buğday ithalatını da zora sokmuştur. Bu durum Türkiye’de beslenme konusunda sıkıntıları büyütülmüştür. Soruna çare arayan hükümet 1941 yılı başlarında acil iktisadî önceliklerini ortaya koymuştur. Savaş şartlarının meydana getirdiği tehditle büyüyen iktisadî sorunlar dönemin hükümetini sıkı tedbirler almaya yöneltmiştir. Alınacak tedbirleri Cumhurbaşkanı İnönü’nün 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı için ulusa seslenişinde kamuoyu gündemine taşımıştır. Başbakan Refik Saydam da Meclis’te yaptığı konuşmada bu sıkıntılara dikkat çekmiştir. Refik Saydam’ın 1942 Temmuz ayında ani ölümü üzerine Başbakanlığa atanan Şükrü Saracoğlu, Meclis’te yaptığı konuşmada halkın gıda sorununun çözümü için alınan tedbirleri sıralamıştır. Alınan tedbirlerden en önemlisi ekmek tüketiminde getirilen sınırlama olmuştur. Bakanlar Kurulu Kararı ile 1941 Şubat ayında yayınlanan bir hükümet tebliğinde tek tip ekmek üretilmesi, buğday ununa yüzde 30 arpa yüzde 15 çavdar karıştırılması duyurulmuştur. Bir başka kararla da vatandaşın ve tüccarın elindeki buğday stoklarına devletçe el konulacağı duyurulmuştur. Buğday konusundaki uygulama mısır gibi başka tarım ürünlerinin yanı sıra dokuma sanayi için hammadde olan pamuk için de başlatılmıştır.

---

\* Türkiye’nin II. Dünya Savaşı başlayınca en önemli sorunlarından birisi askerin ve halkın temel beslenme ihtiyacının karşılanması ve fiyat istikrarını korumak olmuştur. Ayrıntılı bilgi için bakınız. Cevdet, TEKE, *II. Dünya Savaşı’nda Türkiye’nin İaşe Tedbirleri: İhtikârla Mücadele*. Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi, 8(1), 179-197.

1942 yılından itibaren çıkarılan Bakanlar Kurulu kararları ile Millî Korunma Kanununa dayanarak şehirlerde karne ile ekmek dağıtımını uygulaması başlatılmıştır. 1942 yılı sonbaharından itibaren karne ile ekmek dağıtımını İstanbul, Ankara ve İzmir illeri ile sınırlandırılmıştır (Uluatam, 2022). Bu araştırmanın odak noktasını belirleyen kamu spotu niteliğindeki duyuruların ana temasını tarım ürünlerinin arttırılması hedefi oluşturmaktadır. Varlık ve Toprak Mahsulleri Vergileri ise savaş yıllarının zorluğuyla uygulamaya konulan bir başka uygulama olmuştur. Varlık vergisinin uygulamaya konulmasında toplumun savaş nedeniyle zenginleşen bir kesimin artan servetinin bir bölümünü devlete aktarma düşüncesinin de belirleyici rol oynadığı söylenebilir. Aynı zamanda devletin azalan gelir ihtiyacını karşılamak da hedefler arasındadır. Cumhurbaşkanı İsmet İnönü, 1 Kasım 1942 tarihindeki Meclisi açış konuşmasında bu konuda açıkça çağırıda bulunmuştur. İnönü, açık şekilde savaştan yararlanarak vurgun yapan büyük kazanç sağlayan kesimi hedef almıştır. Başbakan Şükrü Saracoğlu da Meclis'te yaptığı konuşmada halkın gıda konusunda yaşadığı sorunlara dikkat çekmiştir. Varlık Vergisinin\* Türkiye açısından hem siyasal hem de iktisadî anlamda önemli sonuçları olmuştur. Bu vergi, yurt içinde ve yurt dışında belli gruplar bilhassa gayrimüslim cemaatlere mensup olanlar tarafından çok yoğun biçimde eleştirilerin hedefi olmuştur. Ancak bu uygulama İttihat ve Terakki döneminden beri uygulanmaya çalışılan sermayenin Türkleştirilmesi yolunda atılan bir adım olarak değerlendirilebilir. Uygulamasının bir sonucu, o zamana kadar yaygın olarak gayrimüslim sermayenin ağırlığı hissedilen iş hayatında ilk kez Türk-Müslüman kökenli işadamlarına alan açılmıştır. Türk Müslüman kesim söz konusu vergi zorlamasıyla azınlıklarla ortaklık kurmuşlar veya kısmen onların işlerini devralarak iş hayatında varlıklarını hissettirmişlerdir (Şener, 2016, s. 291; Lewis, 2018, s. 398-399).

Toprak Mahsulleri Vergisi† savaş yıllarında uygulanan bir başka vergi olmuştur. 1925 yılında kaldırılan geleneksel Aşar vergisinin modernize edilmiş şekli olarak kabul edilebilen bu verginin yalnızca olağanüstü şartlarla sınırlı kalacağı hükümet tarafından açıklanmıştır. 1941 yılı ortalarında getirilen söz konusu vergi, açıklandığı gibi 1944 yılında 4553 sayılı kanunla yürürlükten kaldırılmıştır. Verginin uygulanmasında Toprak Mahsulleri Ofisi, aynî olarak alınıp toplanması ve mahsulün paraya çevrilmesi esas olarak görevlendirilmiştir.

\* Varlık Vergisi'nin amacı, uygulama biçimi ve doğurduğu sonuçlar için Ayhan Aktar'ın İletişim Yayınlarından çıkan kitabına bakınız: Aktar, A. (2010). Varlık Vergisi ve 'Türkleştirme' Politikaları, İletişim Yayınları, İstanbul.

† Toprak Mahsulleri Vergisi hakkında detaylı bilgiler için bakınız. Ertan, M. (2018). Toprak Mahsulleri Vergisinin Esasları ve Sonuçları: Toprak Mahsulleri Vergisi II. Aşar mıydı?. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(2), 239-256.

Genel olarak çeşitli tarım ürünlerinin satın alınmasıyla ilgili görevleriyle birlikte Ofis, kanunun kendisine yüklendiği bu yeni görevle de kısa sürede hükümetin savaş yıllarındaki iktisat politikası uygulamalarının önemli bir aracı kurumu olarak işlev üslenmiştir (Uluatam,2022). Bu çalışmanın odak noktasını oluşturan kamu spotu niteliindeki duyurular esas olarak tarım ürünlerinin üretimini teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Tasarruf ve üretimin teşviki konusunda ciddi tavsiyeler içermektedir. Devlet eliyle vatandaşın tarımsal üretime ve tasarrufa teşvik edilmesi savaş sebebiyle sıkışan kamu maliyesinin desteklenmesi ve bunun yanı sıra vatandaşların temel beslenme ihtiyacının karşılanması hedeflenmiştir.

### 3. Halkevleri Kuruluşu ve Faaliyetleri

Türkiye’de Halkevlerinin kurulma fikrinin ilk kez nasıl ve ne şekilde oluştuğu konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Bu konuda çalışan bazı araştırmacılar, yetişkin eğitime ilişkin kurumların tesis edilmesi fikrinin Mustafa Kemal Paşa’nın Cumhuriyet’in ilanından önce 1 Mart 1923’te Meclis’te I. Dönem IV. Toplantı yılını açarken yaptığı konuşmaya dayandırmaktadır. Halkevlerinin kuruluşunda belirleyici olan faktörlerin en önemlilerinden birisinin CHP’nin kimlik arayışı olduğu söylenebilir (Duman, 2013, s. 58). Zira yeni kurulan devletin vatandaşlarını “ulus bilinci” etrafında kenetlemek için bazı çalışmaların devlet eliyle yapılması zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Osmanlı’dan devralınan ve eskiyi hatırlatan kurumsal yapılar ve Türk Ocağı kapatılınca onun yerini dolduracak yeni bir yapı gerekmiştir. Buna bağlı olarak da Halkevleri kurulmuştur.

10 Nisan 1931’de CHP’ye devredilen Türk Ocakları, Halkevleri olarak resmi şekilde 19 Şubat 1932 yılında kuruluşunu tamamlayarak yeniden açılmıştır (Akşin, 2013, s. 205). Kültür ve sanat konularında Cumhuriyet döneminin faaliyet gösteren kurumları olarak sırasıyla Türk Ocakları, Halkevleri ve Köy Enstitüleri sayılabilir (Lüleci, 2015, s. 133). CHP’nin elit seçkinci kesimi halkın devrimler konusunda bilinçlendirilmesi, modern, medeni hayat tarzını ve yeni düzene uygun eğitim modelini benimsemesi için 1931 yılında Halkevlerini kurmuştur (Konyar, 1999, s. 197).

CHP’nin bir kültür kurumu olarak örgütlenen Halkevlerinin 9 etkinlik kolu bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla şunlardır, 1. Dil, Edebiyat, Tarih; 2. Güzel Sanatlar; 3. Temsil; 4. Spor; 5. İhtimai (toplumsal) yardım; 6. Halk dersaneleri ve kurslar; 7. Kütüphane ve yayın; 8. Köycülük; 9. Müze ve Sergi. Türkiye’de o yıllarda okulların imkânlarının yetersizliği düşünüldünce buralar birer kültür merkezi gibi işlev görmüştür.



Halkevleri ve Halkodaları Cumhuriyeti kuran ve devrim kanunlarıyla toplumu dönüştürme çabası içindeki kadroların ideolojik eğilimlerini taşraya yayan merkezler olmuştur (Akşin, 2013, s. 206; Kaş, 2007, s. 16; Aybek, 2015, s. 47).

CHP'nin denetimi ve emirleri altında faaliyetlerini sürdüren Halkevlerinin giderlerinin karşılanması için devlet bütçesinden ve partiden aktarılan fonları kullanmıştır. 1932 yılındaki kuruluşundan 1950'deki kapanışına kadar 478 Halkevi ile 4322 Halk Odası yurt genelinde faaliyetlerini sürdürmüştür (Koçak, 2018, s. 155).

Halkevlerinin 9 etkinlik kolu kendi alanıyla ilgili faaliyetlerde bulunmuştur. Halkevleri ve Halkodaları bünyesinde oluşturulan komisyonlarca faaliyet alanlarına göre oluşturulan faaliyetler yürütmüştür. Dil, Edebiyat Kolu, dil araştırmaları konusunda çalışmalarda bulunurken Tarih Kolu, tarih konusunda araştırmalar yoğunlaşmıştır. Güzel Sanatlar Kolu, ise her türlü güzel sanatlarla ilgili çalışmalar yaparak bu konuda sergiler organize etmiştir. Temsil Kolu, tiyatro oyunları sahnelemenin yanı sıra yerel oyunların kayıt altına alınması için çaba harcamıştır. Spor Kolu, başta gençler olmak üzere halkın spora ilgisini arttırmak için faaliyetlerde bulunmuştur. İçtimai (toplumsal) Yardım Kolu ise, yardıma muhtaç olan vatandaşları tespit ederek gereken yardımları ulaştırma gayreti içinde olmuştur. Bilhassa muhtaç talebelerin giyecek, yiyecek gibi ihtiyaçlarını karşılamak için çalışmalar yürütmüştür. Halk Dershaneleri ve Kurslar Kolu, Halkevlerinde okuma yazma yetişkin halkın eğitimi ve meslek edinmesi için çalışmalar yapmıştır. Köycülük Kolu, köylere yönelik faaliyetler yürütmüştür. Müze ve Sergi Kolu, buldukları merkezlerde müzeler kurulması için çalışmalar yapmıştır. Kütüphane ve Yayın Kolu ise bütün diğer kolların faaliyetlerini bir araya getiren yazıya döken dergiler çıkarmıştır. Bu kolun çıkardığı dergilerin sayısı yurt genelinde 60'a kadar çıkmıştır.

Bu tarihlerde Halkevlerinin dergi yayıncılığına dayanak teşkil eden tecrübe fazlasıyla bulunmaktadır. Zira Türkiye'de Osmanlı döneminde başlayan dergicilik faaliyetleri Cumhuriyet yönetimine geçildikten sonra da artarak devam etmiştir. Türkiye'de dergi yayıncılığı Osmanlı'dan devralınan mirasla birlikte Cumhuriyet döneminde de basının önemli kitlesel iletişim araçları arasına dahil olmuştur (Ketenci, 2016, s. 181-185).

Cumhuriyetten sonrasını 1928'deki harf devrimine kadar olan dönem ve sonrası diye ikiye ayırmak yerinde olacaktır. Türkiye'de dergicilik konusunda asıl ivme harf devrimi sonrası yaşanmıştır. Kurucu kadrolar, Cumhuriyet'in onuncu yılından itibaren kültürel devrimlere yönelmiştir.

Bu sebeple 1930'lu yıllarda siyasî ortamın etkisi sebebiyle fikir ve edebiyat dergilerinde hem kalite hem de sayısal artış görülmüştür. Yakup Kadri ve Şevket Süreyya'nın *Kadro Dergisi*, Hüseyin Cahit'in *Fikir Hareketleri*, Yaşar Nabi Nayır'ın çıkardığı *Varlık*, İsmail Hakkı Baltacıoğlu'nun çıkardığı *Yeni Adam* özel girişimle çıkan dergilerdir. Bunların dışında Halkevleri tarafından Ankara Genel Merkez yayını *Ülkü* dergisi çıkarılırken diğer şehir merkezlerinde de çok sayıda dergi çıkarılmıştır. Halkevleri tarafından çıkarılan yerel dergiler, hem folklor hem de dil araştırmaları yönüyle teşvik görmüş pek çok yeni yeteneğin yazar olarak yetişmesinde okul olmuştur (Koloğlu, 2015, s. 119).

Bu dönemde yayınlanan yerel dergiler ise yayımlandıkları yörelere ilişkin ülkenin arşivini oluşturmaktadır. Bu şekilde çok önemli bir kültür hizmetini yerine getirmektedirler. Toplum tarihçileri, folklor araştırmacıları bir yöreyi incelerken yazılı kaynaklara ulaşmak istediklerinde baktıkları ilk belgeler bu yerel dergiler olmaktadır (Adanır, 2002, s. 88). Isparta Halkevi Mecmuası *Ün* dergisi de bu dergilerden birisidir.

### 3.1. Türkiye Geneline Çıkarılan Halkevi Dergileri

Yetişkin vatandaşları eğitmek için Cumhuriyet'in kültür kurumu olarak açılan Halkevleri, buldukları merkezlerde dergiler çıkarmıştır. Bu dergilerden Ankara Halkevi tarafından çıkarılan *Ülkü* dergisi merkez yayını işlevi görmüştür. Diğer il ve ilçe merkezlerinde çıkan dergiler için takip edilmesi gereken bir örnek olarak görülmüştür. Değişik yerlerde çıkarılan dergilerde yörenin kültürel dokusu da gözetilerek içerikler üretilmiştir. *Ün* dergisinde 1938 yılı Şubat ayında çıkan 47. Sayıdan itibaren arka kapağın dış yüzeyinde Halkevleri tarafından yurt genelinde çıkarılan dergilerin listeleri yayınlanmaya başlanmıştır (Ün, 1939, sayı: 67-68). *Ün* dergisinin yayınladığı liste dışında Mahmut H. Şakiroğlu tarafından *Kebikeç* dergisinde yayınlanan "Halkevleri Dergileri ve Neşriyatı" başlıklı makale daha fazla bilgi içermektedir. *Ün*'de ulaşılamayan bilgilere bu makaleden ulaşılabilmektedir (Şakiroğlu, 1996, s. 133). Şakiroğlu'nun listelediği bu dergiler değişik periyotlarda yayınlanarak okurlarıyla buluşan Halkevi dergileridir. Buradaki tespitlere göre gerek *Ün*'de gerekse Şakiroğlu'nun makalesinde adı geçen dergilerin sayıları 60'a ulaşmaktadır. Halkevi dergileri yayımlandıkları yörenin kültürel hafızasını kayıt altına alarak gelecek kuşaklara aktarılmasında mühim bir işlev üslenmişlerdir.

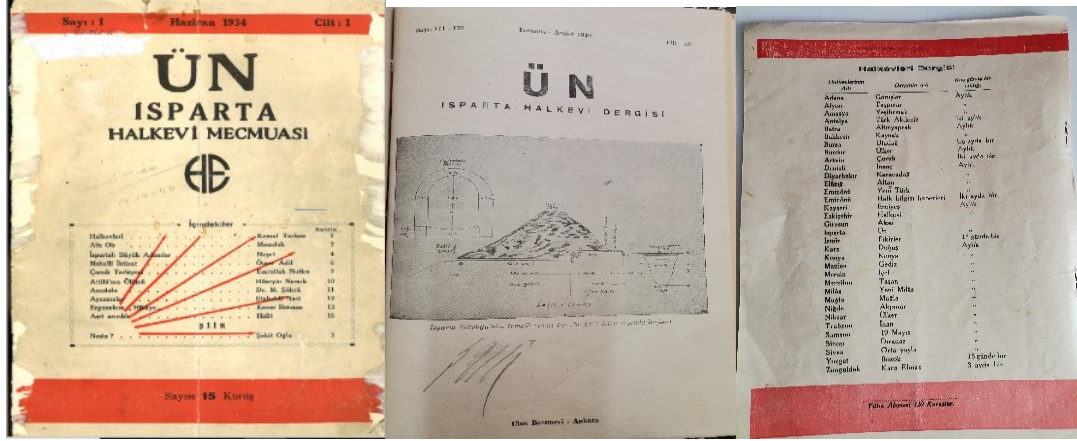
*Ün* dergisinin 1945 yılında Şubat Mart ayarında çıkan 131-132. Sayısının ilk sayfasında yer alan "Ün İçin" başlıklı yazıda CHP Genel Sekreterliğinin halkevleri ve Halkodalarının açılış yıldönümü için hazırlayarak 1944 yılında yayınladığı broşürden alıntı yapılmıştır.

Söz konusu yazıda 50 Halkevinin dergi çıkardığı, bunlardan yarısının zor şartlar sebebiyle kapandığı 24'ünün çıkmaya devam ettiği bilgisi yer almaktadır. Çıkan dergilerden de *Konya*, *Gediz*, *Ün* (Isparta), *Fikirler*, *Uludağ*, *Çorumlu*, *Görüşler*, *Taşpınar* ve *19 Mayıs*'ın seçtikleri konular ve işledikleri fikirler bakımından öne çıkan dergiler olduğu belirtilmektedir (Ün, 1945, Sayı:131-132, Cilt:11, s. 1823).

Bu dergilerde yayınlanan yazılı belgeler kültür tarihi üzerine çalışan bilim insanları için değerli kaynaklardır. Halkevi Neşriyat kolu çıkardığı dergilerle çok önemli bir kültürel mirası gelecek nesillere aktarmıştır. Bu dönemde yeni kurulan devletin iktisadî sıkıntılarını aşmak için çözümler arayan yönetici kadrolar, gerçekleştirilen devrimlerin kültürel olarak pekiştirilmesi adına Halkevlerini merkeze almışlardır. Halkevi yöneticileri, aydınlar ve öğretmenler kültür seferberliğine katılarak harekete geçmişlerdir. Yurdun değişik yerlerinde yapılan araştırmalar çıkarılan dergilerde art arda yayınlanmaya başlanmıştır (Şakiroğlu, 1996, s. 131). Halkevi dergilerinin en büyük talihsizliği çıkan sayılarının düzenli bir şekilde toplanıp arşivlenmemiş olmasıdır. Bazı meraklı vatandaşların özel arşivlerinde ve bazı kütüphanelerde saklanan sayılar günümüze ulaşmıştır (Şakiroğlu, 1996, s. 132).

Türkiye genelinde çıkan dergiler arasında Ankara Halkevinin çıkardığı *Ülke* dergisinin ayrı bir yeri vardır. Zira bu dergi CHP'nin bu dönemdeki ideolojik tutumunu yansıtan bir işlev görmüştür. 1930'lu yılların başında “yeni bir ulus inşa etme aracı” olarak gündeme gelen Türk Tarih Tezi ve Güneş Dil Teorisi bu dergide yaygın olarak işlenen konular olmuştur. Recep Peker'in "disiplinli hürriyet" başlıklı makalesi CHP'nin özgürlükler ve demokrasi konusundaki tutumunu ortaya koyan dikkate değer bir yayın olmuştur (Şener, 2016, s. 269). Bu dönemde Türk ulusunu ve Türkçeyi tarihin merkezine yerleştiren “Türk Tarih Tezi”, “Güneş Dil Teorisi” ile Türkiye Cumhuriyeti'nin ulus devlet olarak inşasını hedeflemiştir. Yayınlanan Halkevi dergilerinde bu konular işlenmiştir.

**Fotoğraflar:** Isparta Halkevi tarafından çıkarılan Ün dergisinin örnek kapak fotoğrafları.



**Kaynakça:** Soldan sağa 1-Ün dergisi, Haziran 1934, Sayı:1; Cilt:1 (ilk nüsha); 2-Ün dergisi, Temmuz-Aralık 1949, Sayı:171-172; Cilt:15 (son nüsha); 3-Ün dergisi, Ekim-Kasım 1939, *Halkevleri dergileri listesi arka kapak*. Sayı:67-68. Cilt:7.

### 3.2. Bir Taşra Dergisi Ün'ün Kuruluşu

CHP'nin 10-18 Mayıs 1931 tarihlerinde yapılan parti kongresinden alınan karar doğrultusunda yurdun değişik merkezlerinde Halkevleri kurulmaya başlamıştır. Bu bağlamda Isparta Halkevi de 1933 Şubat ayında açılmıştır. Isparta Halkevinin yayın organı olan *Ün* dergisinin kuruluş tarihi 4 Mart 1934 günüdür. Bu tarihte Isparta Halkevinde 60-70 kişinin katıldığı bir toplantıda derginin kuruluş kararı alınmıştır (Ün, 1936, s. 313).

*Ün* dergisinin “Yayın İlkelerine” gelince dergi yayın hayatına başladıktan sonra ilk sayıda bu konuda hiçbir bilgi yer almamaktadır. Ancak gerek okurlar, gerek yazar ve idari kadro arasında *Ün*'ün içeriği ve yayın prensipleri hakkında tartışmalar çıkmış olması muhtemeldir. Derginin 1936 yılında yayınlanan ve 2'inci Ciltte yer alan 22-23-24. İkinci Kanun (Ocak), Şubat, Mart aylarını kapsayan sayısında imzasız başyazıda *Ün*'ün kuruluş süreci ayrıntılı olarak anlatıldıktan sonra “Yayın İlkeleri” maddeler halinde ayrıntılı şekilde sıralanmaktadır. “*Halkla Konuşma: Ün üç yaşına girerken*” başlıklı imzasız başyazının ilgili kısmında *Ün*'ün kuruluşu detaylı olarak anlatılmaktadır (Ün, 1936, s. 313).

Söz konusu yazının devamında “*Ün sayfalarının konusunu yerelden almak ve belgeye dayanmak şartıyla her yazıya ve imzaya açık olduğu*” ifade edilmektedir. Yazıdaki ifadelerden derginin içeriğine ilişkin çeşitli tartışmaların yaşandığı anlaşılmaktadır. Dergi yönetimi bu tartışmalara cevap olacak şekilde birinci sayfadan yayınladığı yazıyla *Ün*'ün yayın politikası ve içeriğiyle ilgi ortaya çıkan tartışmalara, “*Ün'ün program ve yolundan sapmamasına özendik*” (Ün, 1936, s. 313) cümlesiyle karşılık verilmiştir. Baş makalede Isparta'yı merkeze alan her türlü içeriğin *Ün* dergisinde yer alabileceği ifade edilmektedir (Ün, 1936, s. 314).

Dergi yönetimi bu makale ile derginin içeriğiyle ilgili yaşanan tartışmalara karşı detaylı bir cevap vermiştir.

*Ün* dergisi yönetiminin dergide yayımlanacak içeriklerin yayın ilkelerini de ilk yayınından yaklaşık iki yıl sonra yayınlaması ilginç bir uygulama olarak basın tarihindeki yerini aldığı değerlendirilebilir. *Ün* dergisine girebilecek yazıların taşınması gereken özellikleri gösteren bu program, “*Isparta Halkevi “Ün” mecmuasında çıkabilecek yazıların umumî efsafl*” (Ün, 1936, s. 314) başlığı altında yayımlanmıştır. Halkevlerinin 9 Faaliyet Kolu esas alınarak oluşturulduğu anlaşılan bu yayın ilkeleri 10 madde halinde ayrıntılı şekilde sıralanmaktadır. Maddeler halinde sıralanan ilkeleri özetler nitelikte düşünülen üç maddelik notta: “*A-Mecmuaya gönderilecek yazılar sade bir üslupla yazılması, B-Yazılar, mabatsiz (devamı olmayan), toplu olmalı ve bir fikir açık olarak ve başka menfi düşünce uyandırmayacak vecihle anlatılmalıdır. C-Mecmua, siyasi değildir. Mecmuanın en mühim vasfı, (Mahalli) olacaktır. Yani ilmî, İçtimaî, iktisadî, her cihetten muhitin aynası olmalıdır. Her yazı bir vesikaya, bir esasa dayanmalıdır*” denilmektedir (Ün, 1936, s. 314-316). Burada sıralan maddelerde dergi içeriklerinin anlaşılır bir dille, belgeye dayanarak, yerel konulara ağırlık veren günlük siyasetten uzak bir tutumla oluşturulması istenmektedir.

Bu çalışmada ele aldığımız Isparta Halkevi dergisi *Ün*, genel karakteri bakımından yayımlandığı dönemin özelliklerini barındırmaktadır. Cumhuriyet’in 11. Kuruluş yılında 1934’te yayın hayatına başlayan *Ün*; yayın ilkeleri çerçevesinde halkın kültürüne katkıda bulunmak, yerel çalışmalarla şehrin etnografyasını ve kültürünü kayıt altına almak gibi misyonlarla yayın yapmıştır. Derginin en önemli önceliği Cumhuriyet’in getirdiği devrimleri halka benimsetmek için yereli önceleyecek şekilde yayın yapmak olmuştur. 1949 yılı sonuna kadar toplan 172 sayı çıkan dergi, 15 yıl 6 aylık yayın süresince Isparta ile ilgili çok zengin kültürel bir arşivi günümüze bırakmıştır. II. Dünya Savaşı devam ederken Cumhurbaşkanı İsmet İnönü’nün Meclis açılışında milletvekillerine hitaben yaptığı konuşmayı sayfalarına taşıyan *Ün*, okurlarını devletin en yetkili isminin ağzından savaşın gidişatı ve devletin tutumu hakkında bilgilendirmiştir. Yine *Ün* yazarı Isparta Milletvekili Kemal Turan’ın savaş konusundaki düşüncelerini sayfalarına taşıyarak da *Ün* okuru vatandaşların bilgi sahibi olmasına katkı sunmuştur. Dergi, II. Dünya Savaşı sırasında Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu duyurularını sayfalarında yayınlayarak vatandaşları üretime teşvik etmenin yanı sıra israfın önlenmesi maksadıyla tasarrufa çağırmıştır.

#### 4. Araştırmanın Metodolojisi

Bu çalışmada Nitel Araştırma yöntemlerinden “Durum Çalışması” uygulanmıştır. Çalışmanın veri toplama aracı olarak “Doküman İncelemesi” metodu takip edilmiştir. Araştırma verileri analiz edilirken ise “Nitel İçerik Analizi” türü kullanılmıştır. Durum çalışması yöntemi, bir durum çalışması araştırması yaparken ihtiyaç duyulan işlemlerin toplamına karşılık gelmektedir (Yin, 2017, s. 3). İyi bir durum çalışmasını ayırt edici özelliği, duruma ilişkin derinlemesine bir bakış açısı sunmasıdır (Creswell, 2021, s. 100). Bu çalışmada veri toplama aracı olarak Doküman İncelemesi metodu takip edilmiştir. Doküman incelemesi metodu sosyal bilimlerde sıkça başvurulan bir metottur. Araştırmacılar, geçmiş olaylarla ilgili bilgileri genellikle yazılı belgeleri inceleyerek elde etmektedir (Arıkan, 2017, s. 53). Araştırma verilerinin analizinde Nitel İçerik Analizi türü kullanılmıştır. Bu analiz türü araştırmacılara metinleri anlama ve yorumlama sürecinde ihtiyaç duyulması halinde metin dışı unsurlardan faydalanma imkânı vermektedir (Gökçe, 2019, s. 50). Yapılan her nitel çalışma benzersiz olduğundan kullanılan analitik yöntemi de benzersiz ve araştırmacının kişiliğine bağlı olarak biçimlenmektedir (Patton, 2018, s. 433). İstatistik veriler elde etmeyi amaçlamayan nitel içerik analizinde, ihtiyaç durumunda istatistik değerlendirmeler de yer alabilmektedir. Fakat, istatistiğe bağlı değerlendirmeden tümünden vazgeçilmesi de mümkündür (Gökçe, 2019, s. 61). Bu araştırmanın sınırlılıkları kapsamında incelenen sayılardan elde edilen bilgiler yukarıda izah edildiği çerçevede analiz edilmiştir.

Bu çalışmanın konusu, İkinci Dünya Savaşı yıllarında yaşanan ekonomik ve siyasi krizlere basının yaklaşımını ortaya koymaktır. Savaşı ve buna bağlı yaşanan ekonomik krize karşı basın kurumunun takındığı tutum bu araştırmanın konusu kapsamındadır. Aynı zamanda basının uluslararası düzeyde yaşanan diplomatik ve ekonomik sıkıntılara yaklaşımı da araştırma konusu içindedir.

Bu çalışmanın temel amacı, İkinci Dünya Savaşı yıllarında yaşanan ekonomik krizin etkilerinin azaltılmasında basının nasıl bir rol üstlendiğini ortaya koymaktır. Savaşı yıllarında toplum hayatını her bakımdan etkileyen bir dizi olay yaşanmıştır. Şüphesiz bu olayların en önemlisi savaş sebebiyle yaşanan ekonomik sıkıntılar olmuştur. Savaşın tetiklediği ekonomik sorunlara basının yaklaşımı ortaya koymak da bu araştırmanın amaçlarındandır.

Isparta Halkevi tarafından çıkarılan Ün dergisinde II. Dünya Savaşı yıllarında yayınlanan ve kamu spotu niteliğindeki Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu duyuruları Türkiye

Cumhuriyeti’ndeki bütün halkı ilgilendiren içeriklere sahiptir. Propaganda unsurları içeren veya kamu yararı gözetilerek yayınlanan bu bildirimler araştırmayı önemli kılmaktadır.

*Ün* dergisi II. Dünya Savaşı sebebiyle düzenli çıkamamıştır. Araştırmayı daha sistematik yürütebilmek amacıyla konu ve içerik sınırlamasına gidilmiştir. Bu çalışmanın sınırlılıklarını İkinci Dünya Savaşı yıllarında yayınlanan *Ün* dergisinin (1939-1945) Savaşa ilişkin siyasilerin beyanları ile Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu duyuruları oluşturmaktadır. Araştırmada amaçlı örnekleme metodu tercih edilmiştir.

Patton’a göre, “*Nitel araştırma, genel olarak amaçlı bir şekilde seçilmiş nispeten küçük örneklerle, hatta bir tek duruma derinlemesine odaklanır. Nicel yöntemler ise genel olarak tesadüfi (random) seçilen daha büyük örneklere dayanır*” (Patton, 2018, s. 230). İkinci Dünya Savaşı yıllarında *Ün* dergisinde yayınlanan Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu’nun duyurularıyla ilgili içerikler bu araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

##### **5. Araştırmanın Bulguları ve Tartışma**

Bu araştırmada *Ün* dergisinin araştırmanın sınırlılığını kapsamına giren sayıları incelenmiştir. İkinci Dünya Savaşı ve ekonomik durum ile ilgili içerikler incelenirken Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu’nun faaliyetleri bu kapsamda irdelenmiş, kurumun, II. Dünya Savaşı sırasında *Ün* dergisinde yayınladığı duyurularında verilen mesajları bu yaklaşımla belirlenen temalar çerçevesinde değerlendirilmiştir.

**Tablo1.** II. Dünya Savaşı ile ilgili Ün dergisinde yer alan içeriklerin künyeleri.

Yılı	Sayı, Cilt Sayfa	Ay	Yazarı	Makale başlığı
1940	Sayı:78-79, Cilt:7, Sayfa:1071-1072	Eylül-1. Teşrin (Ekim)	Kemal Ünal (Makale)	Cumhuriyetin On Sekizinci Yılına Girerken
1940	Sayı:80-81, Cilt:7 Sayfa: 1092-1118	2.Teşrin (Kasım) 1.Kanunu (Aralık)	Ün dergisi (Kamu Spotu niteliğinde 8 adet duyuru)	Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu duyuruları
1941	Sayı:84-85-86, Cilt:7 Sayfa: 1186	Mart-Nisan- Mayıs	Ün dergisi kamu spotu niteliğinde 1 adet “Ekonomik Vecizeler” başlıklı duyuru	Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu “Ekonomik Vecizeler” başlıklı duyurusu
1942	Sayı:103-105 Cilt:9, Sayfa:1420-142 9	I.Teşrin-I. Kânun (Ekim- Aralık)	İsmet İnönü (Nutuk)	Milli Şef Cumhurreisi İsmet İnönü'nün Türkiye Büyük Millet Meclisinin 6 inci Seçim Devresinin 4 üncü Toplanma Yılımı Açış Nutku

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıda tabloda künyeleri gösterilen *Ün* dergisinde yayınlanan araştırmaya esas olan İkinci Dünya Savaşı ile ilgili içerikler, nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Dergi içerikleri analiz edilirken II. Dünya Savaşı sebebiyle yaşanan "Kitleleri Psikolojik Olarak Savaşa



Hazırlama”, “Tarımsal Üretimin Arttırılması”, “Toplumsal Hayatta Tasarrufun Teşvik Edilmesi”, “Üretim Araçlarının Korunması” başlıklarına odaklanılmıştır. Derginin araştırmanın odak noktasını oluşturan incelenen içeriklerinde de bu vurguların güçlü şekilde yapıldığı gözükmetedir. Bu izahlardan sonra belirlenen temalar çerçevesinde analizlere geçilebilir.

İkinci Dünya Savaşının ağır şartlarında iktidar gücünü elinde bulunduran CHP ve lider kadrosu çıkması muhtemel bir savaş için hazırlıkları sürdürürken bir taraftan da halkı savaş psikolojisine hazırlamak üzere propaganda faaliyetlerine yönelmiştir. Bu dönemde basın yayın araçları da propaganda aracı işlevi görmüştür. Gazete ve dergilerde yapılan yayınlarda “güçlü devlet, güçlü lider” vurgusu yapılmıştır. Özellikle ulusal coşkunun zirveye çıktığı milli bayramlar bu türlü mesajları halka vermek için bir fırsat olarak görülmüştür.

TBMM’nin 1942 yılındaki altıncı seçim devresinin dördüncü toplantısının açılışı Cumhurbaşkanı İsmet İnönü’nün konuşmasıyla gerçekleşmiştir. Dünyada devam eden savaşın tedirginliği içinde Meclis’e hitap eden İnönü, milletvekillerine tarihte her türlü zorluğun üstesinden gelen Meclis’in azim ve fedakarlıkla çalışması gerektiğini söylemiştir. İnönü, “Aziz arkadaşlarım!” diye seslendiği milletvekillerine Dünya Harbinin şiddetlenerek devam etmesi sebebiyle ülkeler yakılıp yıkılırken şehirler ve cephe gerisindeki sivillerin de ateş içinde kaldıklarını anlatmıştır. Tarafların üstünlük kuramaması sebebiyle savaş uzadıkça çözüm umutlarının da tükendiğini, savaşın dışında kalan devletler ve milletler için de bu durumun sıkıntı ve üzüntü kaynağı olduğunu vurgulamıştır. Yer yüzündeki küçük büyük her milletin bağımsız ve onurla yaşama hakkına dikkat çeken İnönü, Türkiye’nin milletler arası siyasette takip ettiği bu prensibin kanlı savaşlardan sonra bile kabul edilse sevinç duyulacağını söylemiştir (İnönü, 1942, s. 1427).

Devam eden savaşta geline nokta barışın sağlanması için ümitlerin tükendiğine dikkat çeken İnönü, 1943 yılının daha geniş ve insafsız muharebelere sahne olacağı beklentisini paylaşmıştır. Türkiye’nin içeride ve dışarıda savaş konusundaki görüşlerini korumaya devam edeceğini anlatmıştır. Türkiye’nin imzaladığı anlaşmalara ve yaptığı ittifaklara bağlılığını koruyarak milli güvenlik siyasetini devam ettireceğini belirtmiştir. Savaş sebebiyle uluslararası siyasette tarafsızlık siyasetini takip etmenin hükümet için zorlaştığına vurgu yapmıştır. Türkiye’nin açıkça her tarafla konuşabilen bir siyaset takip ettiğini bunun devam ettirileceğini açıklamıştır. Savaşan taraflardan Türkiye’nin bu tutumu için takdir beklediği ifade eden İnönü, süren dünya savaşı içinde milletin hayatını devam ettirebilmesi için gereken yatırımların da ara vermeden yapıldığını açıklamıştır (İnönü, 1942, s. 1427).

Ün yazarlarından CHP Isparta Milletvekili Kemal Ünal'ın 1940 yılından Ün'de yer alan bu konudaki yazısının bir kısmı şöyledir: *“Türkiye de daha önceden yaptığı hazırlıklara hız vererek silahı elinde tetikte beklemektedir. Bu yıl Cumhuriyet Bayramı sebebiyle yazı yazarlar, konuşma yapanlar halka dünyanın içinde bulunduğu nazik durumu anlatarak Türkiye'nin karşılaşabileceği her türlü güçlüğün üstesinden gelebileceğini anlatmışlardır. Memleket, Cumhuriyet'in 18. Yıldönümünde bütün fertleriyle tek yürek halindedir. Türkiye Milli Mücadele yıllarından daha güçlüdür. Bağımsızlığına beslediği bağlılık ile birlikte Şeflerine ve milli birliğine olan itimadı ve güveni tamdır. Türk milleti, her hal ve şart altında vatanı için savaşmaya hazırdır. Milli mücadelenin neşesi ve gururu millete azim ve gücü vermektedir. Millet in bu inancında temel dayanak noktası da özgür ve bağımsız Türkiye'nin kurucusu Başkumandan Atatürk'ün en yakın zafer arkadaşı olan Milli Şefin görevde olmasından kaynaklanmaktadır. Her Türk vatandaşı yurdunu ve bağımsızlığını korumak için zamanı gelince savaşmaktan geri durmayacaktır. Her milletin yaşadığı kendi topraklarında özgürce mutlu ve huzur içinde yaşamasını insanlık ailesinin faydalı bir organı olmasını isteyen Türk milletinin kimsenin toprağında gözü bulunmamaktadır. Türk milletinin -Yurtta sulh, cihanda sulh- düşüncesi insanlık ve medeniyet tarihi için savunulmalıdır. Cumhuriyet'e inananlar milli ve medeni hakların korunması davasını savunmaktadır”* (Ünal, 1940, s. 1072).

II. Dünya Savaşı'nın aşamalarını Ün sayfalarına taşıyan Isparta Milletvekili Kemal Ünal savaş konusundaki endişelerini okurlarıyla paylaşmıştır. Ünal'a göre Polonya'da dar bir bölgede çıkan savaş daha sonra Almanya ve Rusya'nın bu ülke topraklarını paylaşmasıyla ilk safhasını tamamlamıştır. Ancak 1940'ın ilk baharından itibaren Alman orduları Norveç'ten başlayıp Hollanda, Belçika ve Fransa'yı işgal etmiştir. Sovyet Rusya ise, Finlandiya'dan bazı topraklarını alıp Baltık Denizi sahillerindeki bazı devletleri kendi topraklarına katmıştır. Daha sonra Balkanlara yayılan savaşta Rusya, Romanya'dan Basarabya'yı, Bulgarlar Dobruca'yı, Macarlar ise Transilvanya'yı almışlardır. Türkiye, bağımsızlığının hatırası olarak Cumhuriyet Bayramını kutladığı günlerde Afrika topraklarında İtalyan ve İngiliz sömürge kuvvetleri çarpışmaktadır. Almanya ve İngiltere birbirlerine hava üstünlüğü sağlamanın peşindedir. İki ülkenin karşılıklı hava saldırılarında yüzlerce uçak fabrikaları, şehirlerin medenî altyapılarını acımasızca tahrip etmektedir. Sivil can kayıpları askerlerden fazladır. Dünyanın birçok yerinde toprakları olan İngiltere ile Avrupa kıtasının büyük kısmını elinde tutan Almanya ve İtalya arasındaki hakimiyet mücadelesi denizlerde de ablukalar şeklinde sürmektedir. Bu büyük savaşın ne şekilde ve nasıl sonuçlanacağını, hangi istikametlere yöneleceğini kimse bilmemektedir. Her ülke yarın bir savaşa mecbur kalacakmışçasına tedbirler almaktadır.

Bu bağlamda Türkiye de her an savaşa katılacakmış gibi tedbirler alan ülkeler arasındadır (Ünal, 1940, s. 1071-1072).

II. Dünya Savaşı devam ederken devletlerin uğraştığı bir başka önemli sorun savaş fırsatçılarına karşı verilen mücadeledir. Cumhurbaşkanı İnönü'ye göre savaş zamanının getirdiği zor şartları tekrarı olmayan bir fırsat gören “batakçı çiftlik ağası” ile elinden gelse solunan havayı bile ticaret malı yapmaya hevesli “gözü doymaz vurguncu tüccar” durdurulmalıdır. Yaşanan sıkıntıları politik hevesleri için fırsata dönüştürmeye çalışan ve hangi millet menfaatine çalıştığı belli olmayan az sayıdaki politikacı, büyük milletin hayatına küstahça suikast yapmaya yeltenmektedir. Sayıları üç beş yüzü ancak bulan bu insanların vatana karşı takındıkları bu tutumu ortadan kaldırmanın çaresi vardır. Milletten kendine ve hükümetine olan güvenini sarsmak, devlete ve millete sövme gücünü kimseye vermemek gerekmektedir. Ticaret serbestisi bahanesiyle milleti soyma hakkı kimseye tanınmaz. İçeride ve dışarıda millet iradesi tersinde siyaset üretmek isteyen hırslı politikacılara kesinlikle müsaade edilmemelidir (İnönü, 1942, s. 1429). İnönü'nün bu tespitleri sonrası Varlık Vergisi çıkarılarak devlet, savaşı fırsat bilerek elde edilen kazançları vergilendirmiştir.

Savaşın başından beri takip edilen tarafsızlık politikasının devam edeceğini hatırlatan İnönü'ye göre milletin karşı karşıya olduğu sıkıntıları azaltmak ve tahammülü arttırmanın yolu, savaş dışında kalmak, eğer savaşa girilirse şerefle başarıyla çıkmanın yegane çaresi resmi görevlilere bilhassa Cumhuriyet hükümetine samimi yardım etmekten geçmektedir. Eksik taraflarıyla birlikte iyi neticeler yine de hükümet tarafından alınan tedbirlere uymakla elde edilecektir. Hükümetin işe işleri için aldığı tedbirlere ve çabalara cemiyetimiz tarafından iki senedir yardım edilmemiş olması acıdır. İlk yapılması gereken mesele genel güven havasının geri kazanılmasıdır. İçinden geçilen dönem Millet Meclisine büyük sorumluluk yüklemektedir. Kahraman ordumuzu savaşa hazır bulundurma zaruretimiz her zamankinden fazladır. Üretimi arttırma tedbirleri vatani rahatlatacak bir yoldur. Savaş içindeymiş gibi milletin selameti yolunda her türlü fedakarlığı göze almalıyız. Nimet ve külfet bölüşümünde birlik ve beraberliğimizi canlandırmalıyız. Bunun için Meclis'ten aldığı ilhamla her vatandaşımız hükümete yardım etmelidir. Tarihte büyük sorunların üstesinden gelmiş bir milletin evlatları olarak kendimizle birlikte milletimize olan güvenimiz tamdır. Meclisimiz bu güveni tesis ederek tarihe kuvvetli deliller bırakacaktır (İnönü, 1942, s. 1428-1429).

Cumhurbaşkanı İnönü'nün *Ün* sayfalarında yayınlanan ve buraya aldığımız düşüncelerinden anlaşıldığı kadarıyla Türkiye, II. Dünya Savaşı sırasında sadece devletler arası dengeleri korumak için çaba harcamamıştır.

Aynı zamanda içeride halkın beslenme ihtiyacı ile birlikte ordunun savaşa hazır durumda bekletilmesi gibi sorunlarla uğraşmıştır. Uluslararası çevrelerce eleştirilen Varlık Vergisi bu dönemde çıkarılmıştır. Çalışma çağındaki genç erkek nüfusun silah altına alınması bilhassa tarımsal üretimde sıkıntılara sebep olmuştur. Bu bağlamda şehirlerde ekmeğin karne ile verilmesi uygulamasına geçilmiştir. Bu sorunların üstesinden gelmek için tasarruf ve üretimi teşvik bağlamında bir dizi tedbir alınmış. Bu tedbirlerden bazıları *Ün* sayfalarına da yansımıştır.

İkinci Dünya Savaşı devam ederken Türkiye’de kaygılar ve savaş korkusu artmaya başlamıştır. Ülkenin ekonomik olarak kendi kendine yetebilmesi ve muhtemel bir savaşta ayakta kalabilmesi için vatandaşlar üretimi arttırmaya ve tasarrufa teşvik edilmiştir. 1940 yılı İkinci Teşrin-1. Kanun (Kasım-Aralık) ayında çıkan *Ün* dergisinde bu konuda duyurular yer almıştır. İstanbul’daki Çeltu Matbaası’nda basılan bu nüshada II. Dünya Savaşı’nın getirdiği ekonomik zorluklar sebebiyle “Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu” imzasıyla vatandaşı üretime ve tasarrufa teşvik eden kamu spotu niteliğinde 8 adet duyuru yer almaktadır. *Ün* dergisinin bu sayısı özel ve farklı bir sayı olarak dikkat çekmektedir.

**1.Duyuru:** *“Vatandaşlar! Büyük ve şanlı bir toprak savaşı sizi bekliyor. Daha çok mal ve daha iyi cins mal yetiştiriniz. Hayvan servetinizi iyi koruyunuz. Her çiftçinin piyasaya çıkaracağı her fazla kıymet, hem kendisi, hem de milletimiz için yeni bir kuvvet kaynağı olacaktır. Onun için tembelliğin şimdi her zamandan daha ziyade bir günah olduğunu bilerek çiftçilerimizden şevkli bir istihsal gazası bekliyoruz. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu”* (*Ün*, 1940, Sayı:80-81, Cilt:7, s. 1192).

Bu duyuruda vatandaşlara hayvancılık konusunda üretimin ve kalitenin artırılmasının ekonomik bir savaş olduğu hatırlatılmaktadır. Bu konuda tembelliğin her zamandan daha “günah” olduğu vurgulanmıştır. Vatandaşları, üretime teşvik etmek için laik hukuk düzeninin hakim olduğu bir ortamda dini bir sakındırma ve korkutma ifadesi olan “günah” kelimesinin kullanılmış olması dikkate değer bir yaklaşımdır.

**2.Duyuru:** *“Yurttaşlar! İhtiyacımızı karşılayabilmek, Milletçe ve Devlete ihtiyacımız çoktur ve gittikçe artmaktadır. Çünkü duran değil, ilerleyen, serpilip, gelişen, yükselen, daima daha kuvvetli, daima daha şerefli olmak isteyen canlı, kanlı bir milletiz. Devlet ekonomisinin temeli Millet ekonomisidir. Bu itibarla ihtiyacımızı karşılayabilmek için her şeyden evvel istihsalimizi çoğaltmaya mecburuz. Çünkü memleketimizde yapılmayan malların, mal satarak dışarıdan ancak alabiliriz. Onun için çiftçiler. Her zamankinden daha fazla toprak sürünüz.*

*Her zamankinden fazla ekiniz. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu” (Ün, 1940, Sayı:80-81, Cilt:7, s. 1102).*

Bu duyuru metninde ise, doğrudan vatandaşların ulusal gururlarına seslenme söz konusudur. Devletin ekonomik varlığının millet ile eşit olduğu, milli ihtiyaçların karşılanabilmesi için üretimin arttırılmasının bir mecburiyet olduğu vurgulanmıştır. Çiftçilerin her zaman ektiğinden fazla toprağı ekmesi istenen duyuruda, ülkede üretilmeyen malları temin etmenin yolunun üretilen fazladan ürünün satışından elde edilecek gelirle alına bileceğı yalın bir dille açıklanmıştır.

**3.Duyuru:** *“Vatandaşlar: Unutmayalım ki, bugün Türkiye'nin bütün dünyada kazandığı yüksek ve itibarlı mevkii devlet ve millet birliğine borçluyuz. Devletin giriştiğı çetin müdafaa ekonomisinde milletin aklına ve ruhuna güveniyor. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu” (Ün, 1940, Sayı:80-81, Cilt:7, s. 1106).*

Bu duyuru metninde ise devlet-millet kaynaşmasına dikkat çekilmiştir. Devlet tarafından başlatılan zorlu savunma ekonomisinde milletin aklına ve ruhuna güvenildiğı güçlü şekilde vurgulanmıştır. Vatandaşlara, Türkiye'nin itibarının korunma şartının milletin birliğiyle mümkün olacağı hatırlatılmaktadır.

**4.Duyuru:** *“Vatandaşlar! Malzeme israfından kaçınmak da milli müdafaa ekonomisinin baş parolasıdır. Her türlü malzemeyi ve ham maddeyi hesapla ve ancak lüzumlu olduğu kadar kullanmak, hiçbir şeyin heba olmasına meydan vermemek kıymetleri iyi ve yerinde sarf etmek her vatandaşın daima göz önünde tutmağı mecbur olduğu en mukaddes vazifeleridir. Boşuna yanan her ampül, lüzumundan sıcak bir oda, israf olunan her kağıt, çöp tenekesine atılan ekmek parçası, esneyerek geçirilen her dakika v.s. milli servetimizden çalınmış kıymetlerdir. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu” (Ün, 1940, Sayı:80-81, Cilt:7, s. 1108).*

Bu duyuru metninde ise, her türlü israftan kaçınmanın mukaddes bir vazife olduğu hatırlatılmıştır. Milli savunma için kullanılan her malzeme ve ham maddenin ihtiyaç olduğu kadarıyla kullanılması konusunda her vatandaşın sorumlu davranması istenmiştir. Lüzumsuz harcanan enerji, gereğinden fazla ısıtılan oda, çöpe atılan ekmek parçası, gereksiz kullanılan kağıt, boşa geçirilen zamanın milli servetten çalınan değerler olduğuna dikkat çekilmiştir.

**5.Duyuru:** *“Çiftçi Yurttaş! Bu misali sana (Damla, Damla göl olur) diyen atalar sözünün büyük manasını canlandırmak için söyledim. (Dane, Dane Ton olur. Tonlar Altın olur!!)*

*Bunu unutma: Daha fazla ek ve daha fazla biç!! Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu” (Ün, 1940, Sayı:80-81, Cilt:7, s. 1114)*

Doğrudan Türk çiftçisine hitap eden bu duyuru metninde “Damlaya damlaya göl olur” ata sözü hatırlatılmaktadır. Çiftçinin daha fazla ekmesi ve daha fazla biçmesi istenmektedir. Çiftçiyi üretime teşvik etmek üzere “Dane, dane ton olur. Tonlar altın olur” ifade kullanılmıştır. Çiftçinin az-çok demeden üretmesinin önemi vurgulanmıştır.

**6.Duyuru:** *“Çiftçi yurttaş!! Türkiye’de her sene 50 bin ton pamuk yetişiyor. Bu, tonu beş yüz liradan 25 milyon liralık bir kıymettir. Pamuk Mahsulümüzü en aşağı yüzde yirmi arttırsak yurdumuza 5 milyon lira fazla kazandırmış oluruz. Pamuk mahsulümüzü en aşağı yüzde yirmi arttırmak senin elindedir. Kolları sıva pamuk cengine atıl!! Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu” (Ün, 1940, Sayı:80-81, Cilt:7, s. 1114).*

Bu duyuruda ise, dokuma sanayisi için stratejik ham madde olan pamuk üretimi, tıpkı savaşa benzetilmiştir. Her sene 50 bin ton pamuk üreten Türkiye’de tonu beş yüz liradan 25 milyon liralık bir ekonomik değer elde edildiği hatırlatılmıştır. Çiftçilerden pamuk üretimini en az yüzde yirmi arttırılması halinde 5 milyon lira fazladan gelirin yurda kazandırmış olacağı vurgulanmıştır.

**7.Duyuru:** *“İşçi yurttaş!! Ekmeğini makineden çıkarıyorsan. Makine, işlemezse, ekmeğin kesilir. O halde velinimetini sev, makineye iyi bak.. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu” (Ün, 1940, Sayı:80-81, Cilt:7, s. 1117).*

Bu duyuruda ise, işçi kesime üretim araçlarına sahip çıkma çağırısı söz konusudur. İşçilerden üretimin devam edebilmesi için makinelerin düzgün kullanılması ve bakımlarının yapılması istenmektedir. Üretimin devamlılığı için üretimde kullanılan araçların önemi güçlü şekilde vurgulanmıştır.

**8.Duyuru:** *“Çiftçi yurttaş! Türkiye’de her yıl yetişen Dört Milyon ton buğday yüzde elli artarsa, iki milyon ton fazla buğday eder. İki milyon ton fazla buğday ne demektir bilir misin? 100 Milyon fazla Türk lirası demektir. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu” (Ün, 1940, Sayı:80-81, Cilt:7, s. 1118).*

Bu duyuru metninde de çiftçilerin buğday üretimini attırmaları istenmektedir. Her yıl dört milyon ton buğday üretilen Türkiye’de bu oranın yüzde elli arttırılması halinde iki milyon ton fazla buğday üretileceği, bunda 100 Milyon Türk lirası fazladan gelir anlamına geldiği hatırlatılmıştır.

Yukarıda sıraladığımız 8 adet duyurudan biri Türkiye’de hayvancılık üretiminin artırılması ve kalitesinin geliştirilmesini ele almaktadır. Bir diğerinde ise tekstil sektörü için çok önemli hammadde olan pamuk üretiminin Türkiye ekonomisi için önemi vurgulanarak, üretimin artırılması için çiftçilere çağrı yapılmıştır. Duyurulardan birisi, üretim araçlarının makine ve diğer teçhizatın korunması ve bakımı konusunda işçi vatandaşlara çağrı niteliğindedir. Duyurulardan bir diğeri ise devlet millet kaynaşmasının devlete kazandıracığı itibara vurgu yapmaktadır. Bildirilerden birisi vatandaşları üretirken ve tüketirken tasarruflu olmaya israftan kaçınmaya çağırmaktadır. 3’üncü duyuru metnin de ise çiftçileri buğday başta olmak üzere tarımsal üretimi arttırmaya teşvik eden ifadeler içermektedir. Bu konularla ilgili bazı ata sözlerine atıflar yapılmaktadır.

Dergi 1941 yılında da benzer çağrıları tekrarlamıştır. Bu bağlamda yine 1941 yılı Mart-Nisan-Mayıs aylarında birleşik sayı olarak çıkan *Ün* dergisinde devam etmekte olan II. Dünya Savaşı sebebiyle yaşanan veya yaşanabilecek ekonomik sıkıntılara dikkat çekmek amacıyla yarım sayfa “Ekonomik Vecizeler” başlığı altında bir çerçeve içine alınan metinde vatandaşlara tasarruf çağrısı yapılmıştır. Söz konusu vecizeler dergide şöyle yer almıştır:

**“Ekonomik Vecizeler Yurttaş!.. Türkiye bu harp içinde, en az harp sıkıntısı çeken memleketdir. Bunun kıymetini bil. Sıkıntıya düşmemek istiyorsan, bir harp dünyası içinde yaşadığımızı daima düşün.. Tasarruflu yaşa. Nereden, nasıl ve ne kadar tasarruf edebileceğini daima hesapla. Meselâ: Önüne yiyebileceğinden fazla ekmek alma. Kuruyan ve atılan bir lokma ekmeğin bile bugün her zamandan daha büyük bir haram olduğuna inan. Lokantalarda önüne yiyebileceğinden fazla ekmek kolarsa -ki daima korlar- hemen garsonu çağır, daha küçük bir porsiyon iste.... Çayına üç şeker yerine iki şeker at. Fazla yağlı yemeklerden sakın. Mide, karaciğer, bağırsak hastalıkları hep, bu fazla yağlı yemeklerimizden ileri geliyor. İnanmazsan doktora da bir sor. Boş yere ve lüzumundan fazla elektrik yakma. Pabucun delinirse, pençelet; sıkılma. Elbisen lekelenirse, temizlet; utanma!.. Yurttaş!.. Bunlar ve bunlar gibi tasarruf imkanlarını her gün, düşünerek ve tatbik ederek yaşarsan, neticede milyonluk kıymetler ziyan olmaktan kurtulur. Hiç sıkıntıya düşmeyiz. Bir dilim ekmekten ne çıkar, bir şekerin, bir kaşık yağın sözü mü olur, diye hovardalık etme: “damlaya damlaya göl olur” unutma!.. Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu”** (Ün, 1941, Sayı:84-85-86, Cilt:7, s. 1186).

Bu duyuru metninde Türkiye’nin savaş şartlarından en az etkilendiği hatırlatılarak, vatandaşlar, sıkıntıya düşmeden yaşamak için dünya savaşı içinde olunduğunu akıldan çıkarmadan tasarrufla yaşamaya çağırılmaktadır. Bireysel olarak her vatandaşın her konuda tasarruf yapabileceği bunun hesap işi olduğu hatırlatılmıştır.

Yiyebileceğinden fazla ekmek almanın yine kuruyan ve atılan bir lokma ekmeğin savaş şartları sebebiyle her zamankinden daha büyük bir “haram” olduğuna dikkat çekilmiştir. Vatandaşların tüketim alışkanlıklarını değiştirmekle yapabilecekleri tasarruflar şöyle sıralanmıştır: “Lokantalarda küçük bir porsiyon istemek, Çaya üç şeker yerine iki şeker atmak. Fazla yağlı yemeklerden sakınmak. Boş yere ve lüzumundan fazla elektrik harcamamak, ayakkabı eskirse tamir ettirmek.” Vatandaşların “Bir dilim ekmekten ne çıkar, bir şekerin, bir kaşık yağın sözü mü olur, diye hovardalık etmemesi” istenen duyuruda, burada sıralanan konularda tasarruf imkanları her gün düşünülerek hayatta uygulanması halinde milyonluk ekonomik değerlerin kurtulacağı, toplum olarak da sıkıntıya girilmeyeceği belirtilmiştir. Duyurunun sonunda, “damlaya damlaya göl olur” ata sözü hatırlatılarak ufak tasarrufların bile çok önemli olduğunun akıldan çıkarılmaması gerektiği vurgulanmıştır. Bu duyuruda laikliğin katı bir şekilde uygulandığı bir zamanda israfın kötülüğünü anlatmak için dini bir kavram olan “haram” ifadesinin kullanılmış olması vatandaşların dini duygularına seslenen dikkate değer bir yaklaşım olmuştur.

## 6. Sonuç

Türkiye, II. Dünya Savaşının zor şartları altında uluslararası sahada savaşın dışında kalmak için büyük çaba harcamıştır. Yurt dışında diplomasi mücadelesi yürüten dönemin liderleri, yurt içinde de ekonomik ve sosyal sorunlarla uğraşmışlardır. Devlet olarak yasal bazı tedbirleri almanın yanı sıra çıkabilecek muhtemel bir savaşta milli birlik ve bütünlüğü sağlamak içinde çaba harcanmıştır. Bu konuda güçlüklerin üstesinden gelen Türkiye yürüttüğü denge politikasıyla savaşa girmeden II. Dünya Savaşını atlattır.

1929 Ekonomik Bunalımı sonrası kurulan İktisat ve Tasarruf Cemiyeti, 1936 yılında Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu adını almıştır. Kurum, II. Dünya Savaşı yıllarında basın-yayın organlarında yayınladığı duyurularla devletin vatandaşlardan beklentisini ortaya koymuştur. Bu çalışmada ele alınan ve *Ün* dergisinde yayınlanan duyurular üretimi arttırmaya, vatandaşı israftan kaçınmaya ve tasarrufa çağırın içeriklere sahiptir. *Ün* dergisinin 80 yıl önce yayınladığı duyurular güncelliğini ve geçerliliğini korumaktadır. Bilhassa tarımsal üretimin ve hayvancılığın artırılmasına yönelik çağırılar güncelliğini ve önemini günümüzde de korumaktadır.

Covid-19 salgını süreci ve sonrasında başlayan Rusya-Ukrayna savaşı sebebiyle enerji ve gıda başta olmak üzere birçok kalemde yaşanan tedarik sorununa sebep olmuştur. Bu durum fiyat artışları ve yüksek enflasyon olarak dünyayı etkilemektedir.



Türkiye’de de bu etkiler hissedilmektedir. Türkiye’nin jeopolitik konumu sebebiyle üslendiği arabuluculuk sonucu Rusya-Ukrayna ve Birleşmiş Milletlerin vardıkları anlaşma ile birlikte açılan gıda koridoru dünyada olumlu karşılanmıştır. Covid-19 salgını ve Rusya-Ukrayna savaşı yer yüzündeki toplumlara, sahip oldukları maddi ve manevi güç unsurlarının kıymetini bilme gerçeğiyle yüzleştirmiştir. Bu sebeple *Ün* dergisinde yer alan toplumu, “üretim” ve “tasarrufa” teşvik eden medya içeriklerine her zaman her toplumda ihtiyaç olduğu söylenebilir. Salgın ve savaş göstermiştir ki üretim yetersizliği ve sahip olunan kaynakların israf edilmesi hem bireyler hem de devletler bakımından başa çıkılması zor sorun haline gelebilmektedir. Bu sebeple huzur ve güven içinde yaşamak isteyen toplumlar için her türlü üretimi artırma ve tasarruf bir tercih değil zorunluluktur. Covid-19 salgını ile Rusya-Ukrayna savaşı, toplumlara kaynakları israf etmeden verimli ve akılcı kullanma mecburiyetini öğretmiştir.

### Kaynakça

- Adanır, H. (2002). *Kültür Hayatımızda Yerel Dergiler ve Yerel Dergi Yayıncılığı Bilgi Şöleni (2002, Bolu)*, Yerel Dergicilik /87-89, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Akşin, S. (2013). *Kısa Türkiye Tarihi (17. Baskı)*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aktar, A. (2010). *Varlık Vergisi ve ‘Türkleştirme’ Politikaları (10. Baskı)*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arıkan, R. (2017). *Araştırma Yöntem ve Teknikleri (Gözden Geçirilmiş 3. Baskı)*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Aybek, Ş. (2015). *Atatürk, CHP ve Eğitim*, Ankara: Son Çağ Yayınları.
- Candan, T., & Halhallı, O. E. (2022). Uluslararası Hukuk Açısından Tahıl Koridoru Anlaşması’nın Kısa Bir Analizi. *Ankara Barosu Dergisi*, 80(4), 363-404.
- Cewswell, J. W. (2021). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir (Çev.), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Dellal, İ. (2022). Tahıl Koridoru Anlaşması'nın 3 önemli etkisi, (2023 2 Şubat) <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/tahil-koridoru-anlasmasin-3-onemli-etkisi/2753756>
- Duman, D. (1992). Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 127-143.
- Ertan, M. (2018). Toprak Mahsulleri Vergisinin Esasları ve Sonuçları: Toprak Mahsulleri Vergisi II. Aşar mıydı?. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(2), 239-256.
- Gökçe, O. (2019). *Klasik ve Nitel İçerik Analizi Felsefe, Yöntem Uygulama (1. Baskı)*, Ankara: Çizgi Kitabevi.
- İnönü, İ. (Ün, 1942 I. Teşrin-I. Kânun=Ekim-Aralık). Milli Şef Cumhurreisi İsmet İnönü'nün Türkiye Büyük Millet Meclisinin 6 inci Seçim Devresinin 4'üncü Toplanma Yılı Açış Nutku. *Ün*, Sayı:103-105, Cilt:9, s.1420-1429.

- Kaş, H. (2007). *Isparta Halkevi Çalışmaları ve Ün Dergisi*, Hacettepe Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Ketenci, H. F. (2016). Mecmua'dan Dergiye Tarihi Süreç ve Tek Parti Dönemi'nde Dergi Yayıncılığı/181-195, 1923-1946: Tek Partili Dönemde Medya ve Siyaset 2, Editör Tolga Yazıcı, Plato Meslek Yüksek Okulu Yayınları No:2, Volga Yayıncılık, Kocaeli.
- Koçak, C. (2018). Siyasal Tarih 1923-1950. (Editör: Sinan Akşin). Türkiye Tarihi 4 Çağdaş Türkiye 1908-1980 (ss.123-211), İzmir: Cem Yayınevi.
- Koloğlu, O. (2015). Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi (1. Baskı), İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Konyar, H. (1999). Ulus Gazetesi, CHP ve Kemalist İlkeler (1. Baskı), İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Lewis, B. (2018). Modern Türkiye'nin Doğuşu, Çev. Boğaç Babür Tuna, Ankara: Arkadaş Yayınları.
- Lüleci, Y. (2015) Tek Parti Döneminde İktidar ve Sanat (1. Baskı), İstanbul: İskenderiye Kitap.
- Metinsoy, M. (2017). İkinci Dünya Savaşında Türkiye Gündelik Yaşamda Devlet ve Toplum (2. Baskı), İstanbul: Türkiye İş bankası Kültür Yayınları.
- Patton, M. Q. (2018). Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri. Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir (Çev.), Ankara: Pagem Akademi.
- Şakiroğlu, M. H. (1996). "Halkevi dergileri ve neşriyatı." *Kebikeç*, S, 3, s.131-142.
- Şener, M. (2016). Burjuva Uygarlığının Peşinde. (Editörler: Gökhan Atılğan, Cenk Saraçoğlu ve Ateş Uslu). Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Siyasal Hayat (s.201-345), İstanbul: Yordam Yayınları.
- Teke, C. (2021). II. Dünya Savaşı'nda Türkiye'nin İaşe Tedbirleri: İhtikârla Mücadele. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 8(1), 179-197.
- Türkiye Ekonomi Kurumu (2022 5 Ağustos) <http://www.tek.org.tr/Kurumsal/Tarihce>.
- Uluatam, Ö. Savaş Yıllarının İktisat Politikaları–Tedbirleri (2022 5 Ağustos) <https://www.ismetinonu.org.tr/savas-yillarinin-iktisat-politikalari-tedbirleri/>
- Ün, (1936 İkinci Kanun=Ocak-Şubat-Mart). "Isparta Halkevi "Ün" Mecmuasında Çıkabilecek Yazıların Umumî Efsafı". Ün. Sayı:22-23-24, Cilt:2, s.314-316.
- Ün, (1936 İkinci Kanun=Ocak-Şubat-Mart). Halkla Konuşma: Ün Üç Yaşına Girerken. Ün. Sayı:22-23-24, Cilt:2, s.313-314.
- Ün, (1938 Şubat). Halkevleri Dergileri. Ün. Sayı:47. Cilt:4, (Arka Kapak).
- Ün, (1939 1. ve 2. Teşrin=Ekim-Kasım). Halkevleri Dergileri. Ün. Sayı:67-68. Cilt:7, (Arka Kapak).
- Ün, (1940 Haziran). Halkevleri Dergileri. Ün. Sayı:75. Cilt:7, (Arka Kapak).
- Ün, (1940 İkinci Teşrin-1.Kanun=Kasım-Aralık). Kamu Spotu Niteliğinde 8 Adet Duyuru- Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu. Ün. Sayı:80-81, Cilt:7, s.1092-1118.
- Ün, (1941 Mart-Nisan-Mayıs). "Vecizeler" Kamu Spotu Niteliğinde 1 Adet Duyuru- Ulusal Ekonomi ve Artırma Kurumu. Ün. Sayı:84-85-86, Cilt:7, s.1186.
- Ün, (1942 Ekim-Aralık). Halkevleri Dergileri. Ün, Sayı:103-105, Cilt:9, s.1458.

- Ünal, K. (1940 Eylül-1.Teşrin=Ekim). Cumhuriyetin On Sekizinci Yılına Girerken. Ün, Sayı:78-79, Cilt:7, s.1071-1072.
- Ünal, K. (1935 Mart). “Isparta Halkevi İkinci Yılına Bitirirken”. Ün. Sayı:10-11-12, Cilt:1, s.150.
- Yin, R. K. (2017). Durum Çalışması Araştırması Uygulamaları. İlhan Günbayı (Çev.), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Danışmanlık.
- Zürcher, E. J. (2018). Modernleşen Türkiye'nin Tarihi, Çev. Yasemin Saner, İstanbul: İletişim Yayınları.

# EVLİ BİREYLERİN EVLİLİK KALİTESİ, FİNANSAL REFAH VE ÖZNEL REFAHLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ\*

Melike AKTAŞ ÖZDEMİR<sup>1</sup>, Zeynep ÇOPUR<sup>2</sup>

## Öz

Bu çalışma, evli bireylerin evlilik kaliteleri, finansal refahları ve öznel refahları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür. Araştırmanın evrenini Türkiye'nin farklı illerinde yaşayan, farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip 18 yaş ve üzeri evli bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise kartopu örnekleme yöntemiyle ulaşılan ve Google formlar aracılığıyla hazırlanan ankete çevrim içi katılmayı kabul eden 504 (%54.4 kadın, %45.6 erkek) evli bireydir. Çalışmaya katılan bireylere sosyal medya platformları (Whatsapp, Instagram, Facebook vb.) aracılığıyla ulaşılmıştır. Çalışmanın araştırma formunda, bireylerin sosyo-demografik özelliklerini ölçmeye yönelik soruların yanı sıra, Gürel ve Çopur (2020) tarafından geliştirilen "Evlilik Kalitesi Ölçeği", Lui ve Fernando (2018) tarafından geliştirilen "Öznel Refah Ölçeği" ve Consumer Financial Protection Bureau (2015) tarafından geliştirilmiş olan "Finansal Refah Ölçeği" yer almaktadır. Araştırma sonuçlarına göre evli bireylerin evlilik kalitesi ile öznel refah ve finansal refah düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Evlilik kalitesi, finansal refah, öznel refah  
**JEL Sınıflaması:** D1, D10, D14, J12

## EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MARITAL QUALITY, FINANCIAL WELL-BEING, AND SUBJECTIVE WELL-BEING OF MARRIED INDIVIDUALS

### Abstract

This study was planned and conducted to examine the relationship between marital quality, financial well-being, and the subjective well-being of married individuals. The population of the study consists of married individuals aged 18 and over, living in different provinces of Turkey with various socioeconomic status. On the other hand, the sample of the study consists of 504 married individuals (54.4% female, 45.6% male), which were reached by the snowball sampling method, and agreed to participate in the online questionnaire prepared through Google forms. The participants were contacted through social media platforms (Whatsapp, Instagram, Facebook, etc.). Also, the research form of the study not only includes questions to measure the socio-demographic characteristics of individuals but also the "Marital Quality Scale" developed by Gürel and Çopur (2020), the "Well-Being Scale" developed by Lui and Fernando (2018), and the "Financial Well-Being Scale" developed by the Consumer Financial Protection Bureau (2015). According to the results of the study a positive significant relationship was found between the marital quality of married individuals and their subjective well-being and financial well-being.

**Keywords:** Marital quality, financial well-being, subjective well-being  
**JEL Classification:** D1, D10, D14, J12

\* Bu araştırma 20-22 Kasım 2022 tarihlerinde düzenlenen 5. Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>1</sup> Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, [melike.aktas@hacettepe.edu.tr](mailto:melike.aktas@hacettepe.edu.tr), ORCID: 0000-0002-9493-5055

<sup>2</sup> Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, [copur@hacettepe.edu.tr](mailto:copur@hacettepe.edu.tr), ORCID: 0000-0002-1456-0522

## 1. Giriş

Aile birçok toplumun temel yapı taşını oluşturan en küçük birim olarak kabul edilmektedir. Ailenin oluşmasında ise evlilik oldukça önemli bir olgudur. Evlilik insanlığın idamesinde önemli yeri olan, toplumsal yaşama oryantasyonu sağlayan ve uzun vadeli ilişkileri içinde barındıran bir kurum olarak görülmektedir (Bacanlı, 2001; Kansız & Arkar, 2011). Evlilik geçmişten günümüze süren bir uygulama olmakla birlikte anlamı zamanla değişmiş olabilir (Arshad vd., 2014, s. 83). Evlilik öncesinde birey olarak varlığını sürdüren “kadın ve erkek”, evlilik olgusuyla birlikte karı-koca rollerini üstlenerek “dünyada birlikte var olmak” anlayışıyla yeni bir yaşam tarzıyla toplumda yer almaktadır. Evlilik olgusu “ben” algısını “biz” zihniyetine dönüştürmektedir. Evliliğin temeli bireylerin bütünleşmesiyle sağlamlaşmakta ve bu anlamda evlilik özel bir düzen olarak karşımıza çıkmaktadır (Özügürlü, 1996, s. 62-65).

Evlilik, bireysel ve ortak faydalar elde etmek isteyen iki kişi tarafından tasarlanan, oluşturulan, düzgün işleyen ve ömür boyu sürmesi beklenen bir kurumdur (Friedman, 2020). Evlilik, barış, mutluluk ve güçlü aile ilişkilerinin gelişimi için sevgi ve sorumluluk içeren bir taahhüttür (Hashmi vd., 2007, s. 19). Kısaca evlilik, karşılıklı derin sadakat duygusunu barındıran iki kişi arasındaki güçlü duygusal ilişkiyi ifade etmektedir. Evlilik kurumunun kendinden beklenen işlevleri karşılayabilmesi, evliliklerin kalitesi ile doğrudan ilişkilidir. Evlilik ilişkisinin sağlamlığı ve daimiliği için çiftlerin fiziksel ya da psikolojik birtakım gereksinimlerinin karşılanması gerekmektedir. Bu gereksinimlerin karşılanması evlilik kalitesine önemli ölçüde etki etmektedir (Özaydınlık, 2014, s. 2).

Evlilik kalitesi, önceleri yaşam kalitesi çalışmalarını desteklemek için ortaya çıkmış olup uzun zamandır süregelen çoğu aile çalışmalarının temel unsuru olarak literatürde yerini almıştır (Spanier & Lewis, 1980, s.825). Evlilik kalitesi, evli bireylerin evliliklerine ilişkin hissettiklerinin bütünüdür (Glenn, 1998; 570). Benzer bir tanımla, Spanier ve Lewis’e göre evlilik kalitesi, evli bireylerin evliliklerinin farklı boyutlarına yönelik öznel algılarıdır (Spanier & Lewis, 1980). Evlilik kalitesi, evlilik ilişkisini oluşturan olumsuz durumlar ve olumlu duygulardan oluşan, ilişkinin farklı yönlerini içinde barındıran bir kavramdır (Çetinkaya, 2022, s. 51). Evlilik, sadece duygusal boyutu içerisinde barındırmaz bunun yanında ekonomik birliktelik ve sosyal güvenlik ağıdır (Wilcox, 2009; Çopur & Eker, 2014).

Evlilik kalitesine ilişkin yapılan çalışmalar ve alanyazın incelendiğinde, konunun oldukça farklı açılardan ele alındığı görülmekle birlikte evlilik kalitesi ile bağdaştırılan faktörlerin önem sıralamasının değişkenlik gösterdiği dikkat çekmektedir.

Bu faktörler arasında “gelir, istihdam, borç, mal varlığı” gibi boyutlarıyla ekonomik faktörler önemli olarak karşımıza çıkmakta ve evlilik kalitesine etki etmektedir. Özellikle son yıllarda “sağlıklı ve başarılı” bir evlilik ilişkisinin ekonomik yoksulluk veya iyi olma, finansal zorluk yaşanıp yaşanmaması gibi konularla ilişkisi araştırmalara konu olmaktadır. Bir diğer ifadeyle, modern evlilik yaşantısından ayrılması düşünilemeyen bir boyut olarak ekonomi literatürde ve günlük yaşantıda karşımıza çıkmaktadır (Wilcox, 2009; Clark & Gray, 1991).

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de birçok nedenle ekonomik sıkıntılar yaşanmaktadır. Yaşanan bu ekonomik sıkıntılar aileleri derinden etkilemekte ve evlilik kalitesi üzerindeki etkisi yadsınamaz boyutlara ulaşmaktadır. Örneğin satın alma gücündeki yetersizlik, işsizlik, yaşam standardını düşürme gibi çeşitli tüketim alışkanlıklarının sınırlandırılması sonucunda evli bireyler üzerinde oluşan finansal stres evlilik kalitesini etkilemektedir (Gürel & Çopur, 2021). Evlilik içerisinde eşlerin para idaresine ilişkin algıları, aile yaşantısı kalitesini ve devamlılığını sağlama noktasında önemlidir. Bireyler, eşlerinin para idaresine ilişkin olumsuzluk hissettiklerinde, daha düşük düzeyde evlilikte mutluluk belirtmektedir (Britt vd., 2008). Genel olarak, finansal konular üzerindeki çatışmalar, modern evlilik yaşantısındaki en önemli sorunlardan biridir (Papp vd., 2009). Yapılan bir çalışmaya göre, ekonomik güçlüğü evlilik sorunları üzerinde doğrudan etkisi olduğu tespit edilmiştir (Aytaç & Rankin, 2009). Kodan’ın 2013 yılında yapmış olduğu çalışmada, aylık gelir arttıkça bireylerin yaşam doyumlarında artış olduğu ve dolayısıyla bireylerin evlilik kalitesinin de yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kodan, 2013). Bu anlamda araştırma sonuçlarını referans alarak evli bireylerin finansal refahlarının, evlilik kalitesini etkileyebilecek önemli bir faktör olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Geçmişte mutluluk ve tatminle ilişkilendirilen finansal refah, günümüzde kişilerin gelirlerinden duydukları doyum, gereksinimlerini giderme, yaşam standardını yükseltme ve ekonomik açıdan güvende olma gibi maddi ve manevi bileşenlerin bütünü şeklinde karşımıza çıkmaktadır (Taft vd., 2013, s. 65). Consumer Financial Protection Bureau [CFPB] Raporu’nda (2015) finansal refahı “bir bireyin mevcut ve gelecekteki finansal zorunluluklarını tamamıyla karşılayabilme, finansal geleceği hakkında güvende hissedebilme ve hayattan keyif almasını sağlayacak tercihler yapabilme durumu” şeklinde tanımlamıştır (CFPB, 2015; 18). Grable, Britt ve Cantrell (2007) yaptıkları çalışmada, evlilikte finansal memnuniyeti yüksek olan bireylerin boşanmayı diğerlerine kıyasla “daha az” düşündüğünü belirlemiş olup bu durumun evlilik ilişkisindeki önemini ortaya koymuştur (Grable, Britt & Cantrell, 2007).

Halihazırda finansal sorumluluklarını tam anlamıyla karşılayabilen, gelecek yaşantısı için finansal olarak güven içerisinde olan bireylerin finansal refahları daha yüksek olacak ve bunun sonucunda öznel refahı da yüksek olacaktır (CFPB, 2015).

Yaşam kalitesi, mutluluk, öznel refah ve memnuniyet kavramları literatürde sıkça birbiri yerine kullanılan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bahsi geçen kavramlar, sosyal kavramları, süreçleri ve hareketleri anlamak için literatüre zengin damarlar sağlamaktadır (Fattore, 2020). Bu damarlardan biri olan öznel refah, bireyi temel alarak, aile, hane halkı gibi küçük grupların değerlendirilmesinde öne çıkan bir kavramdır (Zapf, 1984). Öznel refah kavramı ilk kez Diener (1984) tarafından kullanılmıştır. Öznel refah kavramı, bireyin hayatının kendisi için ne kadar iyi gittiğini ifade etmektedir (Bognar, 2005, s. 566). Evlilik ve öznel refah arasında karşılıklı bir ilişki vardır ve evlilik ilişkisi öznel refahı etkilemektedir (Diener, 1984). Evli bireylerin öznel refahları daha yüksektir (Seligman, 20017). Literatürde yer alan çalışmalarda evli olmak, sağlık durumunun iyi olması ve ekonomik bileşenlerin mutluluğu arttırdığı belirlenmiştir (Çopur & Eker, 2014; Gürel & Çopur, 2020; Gürel, 2016; Kansky & Diener, 2017).

Literatürde öznel refah ve mutluluk kavramlarının yerine kullanılan ve yaşam kalitesinin önemli bir bileşeni olarak değerlendirilen yaşam doyumu; iş, evlilik, arkadaşlık ilişkileri gibi farklı yaşam alanlarından duyulan doyuma göre ayrışarak özel bir hale gelmektedir (Yetim, 2001). Birey sürdürdüğü yaşamı hakkında genel olarak değerlendirme ya da bilgilenme adına evlilik, iş hayatı gibi farklı yaşam alanlarına dair düşünce sahibi olmalıdır. Hayatın evlilik, iş gibi farklı sahalarının her birinden duyulan tatmin, yaşamın bütününden duyulan tatmini çeşitli açılardan etkileyebilmektedir. Bunun yanı sıra bahsi geçen etkileşimin düzeyine dair kesin bilgiler olmamakla birlikte, literatürde çalışmalar sürdürülmektedir. Örneğin; birey mutlu bir evliliğe sahip olup daha az öznel refaha ya da yüksek öznel refah düzeyine sahip olup mutsuz bir evlilik algısı içerisinde olabilmektedir (Veenhoven, 2012). Bu doğrultuda; öznel refahı bir yapboza benzeterek bütünü, parçaların bir araya gelmesinden daha fazlasına atıfta bulunduğu ve evlilik, iş, arkadaşlık gibi yaşamın farklı alanlarından edinilen doyumun her birinin bir bütün olarak öznel refaha ilişkin ipuçlarını içinde barındırdığı söylenebilmektedir (Headey, Veenhoven ve Wearing, 1991).

Her toplumda ve her çağda, aile dolayısıyla evlilik kurumunun en önemli fonksiyonları arasında aile üyelerinin ekonomik gereksinimlerinin giderilmesi yer almaktadır (Özgüven, 2010). Çeşitli etkenlerle beraber, bireylerin yaşamlarını idame ettirdikleri toplumun ekonomik düzeyi, gelir dağılımı ve refah düzeyi toplumda yaşayan kişilerin yaşamlarından aldıkları doyumunu etkilemektedir (Veenhoven, 2012).

Birbiri ile ilişkisi yadsınamayacak olan evlilik kalitesi, finansal refah ve öznel refah kavramlarının bir arada incelenmesi araştırmanın özünü oluşturmaktadır. Daha önce finansal refah, öznel refah ve evlilik kalitesi ile birlikte incelenmemiş olup, bu çalışmanın literatürde yer alarak alana ve gelecek çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## 2. Yöntem

Bu çalışma evli bireylerin evlilik kalitesi düzeyleri ile finansal refahları ve öznel refahları arasında bir ilişki olup olmadığını ve finansal refahlarının evlilik kalitesi ile öznel refahları arasındaki ilişkide aracı etkisi bulunup bulunmadığını incelemek amacıyla planlanmıştır.

Buradan hareketle bu araştırmada;

1. Değişen dünyada evli bireylerin evlilik kaliteleri ile finansal refahları arasındaki ilişki belirlenecektir.
2. Evli bireylerin evlilik kaliteleri ile öznel refahları arasındaki ilişki belirlenip bu ilişkiye finansal refahın aracılık edip etmediği belirlenecektir.
3. Evlilik kalitesinin artırılmasına yönelik hem araştırma hem de uygulama alanlarında önerilerde bulunulacaktır. Böylece uzmanlar ve diğer ilgililer eliyle, toplumda evlilik ve aile kurumunun güçlendirilmesi, evlilik kalitesinin, finansal ve öznel refahın artırılmasına katkı sunulacaktır.

### 2.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Türkiye'nin farklı illerinde yaşayan, farklı sosyo-ekonomik düzeye sahip 18 yaş ve üzeri evli bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise kartopu örnekleme yöntemiyle ulaşılan ve Hacettepe Üniversitesi Etik Kurulundan gerekli etik kurul izni alınarak Google formlar aracılığıyla hazırlanan ankete çevrimiçi katılmayı kabul eden 504 evli bireydir. Çalışmaya katılan bireylere araştırmacının network'ü ve sosyal medya platformları (Whatsapp, Instagram, Facebook vb.) aracılığıyla ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan bireylerin %54.4'ünü kadın, %45.6'sını erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşları min=19 ile max=77 yaş arasında olup ortalama  $M=37.6$  ( $SD=11.63$ )'dir. Katılımcıların aylık hane gelirleri min=800TL ile max=30.000TL arasında olup, ortalama  $M=6452.59$  TL ( $SD=3762.95$ )' dir. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin diğer bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

### 2.2. Veri Toplama Yöntemi ve Ölçme Araçları

Çalışmada veri toplama yöntemi ve aracı olarak hazırlanan çevrim içi anket formunda araştırmanın amacı, araştırma formu aracılığıyla toplanan verilerin bilimsel amaçla



kullanılacağı, bilimsel etik kuralları doğrultusunda, gizlilik içinde değerlendirileceği ve başka bir amaçla kullanılmayacağı belirtilerek araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden evli bireyler araştırma kapsamına alınmıştır. Bu araştırma kapsamında evli bireylerden veri toplamak amacıyla üç ölçme aracı kullanılmıştır.

### 2.2.1. Bağımlı Değişkenler

**Evlilik Kalitesi:** Evlilik kalitesini ölçmek amacıyla Gürel ve Çopur (2020) tarafından geliştirilen Evlilik Kalitesi Ölçeği kullanılmıştır (Gürel, 2016; Gürel ve Çopur, 2020). Geliştirilen ölçekte 3'lü likert tipli derecelendirmeli “bana uygun değil=1, kısmen uygun=2, bana uygun=3”, 9 adet reverse (olumsuz/negatif anlamlı cümle) olmak üzere toplam 42 madde bulunmaktadır (örn, Eşimin desteğini arkamda hissederim). Ölçek “uyum”, “bıkkınlık”, “destek”, “sevgi”, ve “çatışma” olmak üzere 5 alt boyuttan oluşmaktadır EKÖ'nün 5 faktörlü yapıya sahip olmasının yanında, tek faktörlü bir yapıya da sahip olduğu ve bu sebeple EKÖ'nün toplam puanının kullanılabilirliği sonucuna ulaşılmıştır. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 126, en düşük puan ise 42'dir ve yüksek puan evlilik kalitesinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı  $\alpha=.96$  olarak belirtilmiştir. Bu araştırma kapsamında ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı  $\alpha=.95$  olarak hesaplanmıştır.

### 2.2.2. Bağımsız Değişkenler

**Öznel Refah:** Lui ve Fernando (2018) tarafından geliştirilen ve kullanımı için araştırmacılardan izni alınan “Öznel Refah Ölçeği” (The Well-Being Scale-WeBS) kullanılmıştır. Ölçek 29 madde ve “Finansal”, “Fiziksel”, “Sosyal,” “Hedonik” ve “Eudaimonik” olmak üzere 5 alt boyuttan oluşmaktadır (örn, Karşılaştığım çoğu sorunu çözebileceğime dair kendime güveniyorum). Maddelerden; 2, 3, 4 ve 5. maddeler finansal alt boyutu; 1, 6, 7, 8, 9 ve 16. maddeler fiziksel alt boyutu; 11, 12, 13 ve 18. maddeler sosyal alt boyutu; 20, 21, 22, 23, 24, 25 ve 26. maddeler eudaimonik alt boyutu; 27, 28 ve 29. maddeler ise hedonik alt boyutu ölçmektedir. 6'li likert tipinde hazırlanan ölçekte “1 Kesinlikle Katılmıyorum” u, “6 Kesinlikle Katılıyorum” u ifade etmektedir. Ölçeğin toplam puanları 29 ile 174 arasında değişmekte ve 20 puan düşük öznel refah düzeyini belirtirken, 174 puan yüksek düzeyde öznel refah seviyesini göstermektedir. Araştırmada ölçeğin toplam puanı kullanılmıştır (Lui & Fernando, 2018). Bu araştırma kapsamında ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı  $\alpha=.98$  olarak hesaplanmıştır. Faktör yük değerlerinin ise .65 ile .88 arasında değiştiği bulunmuştur.

**Finansal Refah:** Evli bireylerin finansal refahını ölçmek amacıyla Consumer Financial Protection Bureau (CFPB-Tüketici Mali Koruma Bürosu) (2015) tarafından geliştirilen, kullanıcılara açık olarak sunulan ([https://files.consumerfinance.gov/f/documents/bcftp\\_fin-well-being\\_full-scorecard.pdf](https://files.consumerfinance.gov/f/documents/bcftp_fin-well-being_full-scorecard.pdf)), Çopur ve Ruiz\_Menjívar (2018) tarafından geçerlik ve güvenilirlik hesaplaması yapılarak kullanılan “Finansal Refah Ölçeği”nden yararlanılmıştır. CFPB finansal refah Ölçeği, ilk altı soru için “0= hiç, 1= çok az, 2= biraz, 3= çok iyi, 4= tamamen” ve son dört soru için “0= hiçbir zaman, 1= nadiren, 2= bazen, 3= sık sık, 4= her zaman” olmak üzere on adet 5’li likert tipi ifade içermektedir (örn, Beklenmedik büyük bir harcama ile başa çıkabilirim). Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı  $\alpha=.74$  olarak belirtilmiştir. Bu araştırma kapsamında ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı  $\alpha=.78$  olarak hesaplanmıştır.

**Kişisel Bilgi Formu:** Evli bireylerin kişisel bilgilerini (cinsiyet, yaş, aylık toplam hane geliri, eğitim düzeyi, eşin eğitim düzeyi, çalışma durumu, eşin çalışma durumu, ailedeki kişi sayısı, evlilik yılı, çocuk sayısı, ev, otomobil sahibi olma durumu ve gelir algısı) belirlemeyi amaçlayan sorulara yer verilmiş olup “gelir” evlilik kalitesi ile öznel refah arasındaki ilişkiyi finansal refahın aracı etkisi analizinde bağımsız değişken olarak ele alınmıştır.

### 2.3. Verilerin Değerlendirilmesi ve Analizi

Araştırmanın verileri SPSS.24 paket programında değerlendirilmiştir. Katılımcılara ilişkin sosyo-demografik bilgiler frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistiklerle ifade edilmiştir. Katılımcıların evlilik kalitesi, finansal refah ve öznel refahları arasındaki ilişkisi ve finansal refahın aracı rolü değişken sayısı az ve gözlenen puana dayalı olarak hiyerarşik regresyon yöntemi ile analiz edilmiştir. Analizlerden elde edilen sonuçlar %95 güven aralığında ve  $\alpha=0.05$  anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

### 3. Bulgular

Çalışma kapsamında 274’ü kadın (%54.4) ve 230’u erkek (%45.6) olmak üzere toplam 504 katılımcı yer almaktadır. Katılımcıların ortalama  $M=37$  ( $SD=11.62$ ) yaşında (min.=19, mak.=77) olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya dahil olan bireylerin %30.2’si lisans mezunu olup eşlerinin de lisans mezunu olduğunu belirtenlerin oranı %26.4’tür. Katılımcıların yarısından fazlası (%54.6) tam gün çalıştığını ifade etmiştir. Yine katılımcıların yarısından fazlası (%57.1) eşlerinin de tam gün çalıştığını belirtmiştir. Çalışmada yer alan bireylerin aylık gelirlerinin ortalama  $M=6.452,29$ TL ( $SD=3762.95$ ) olduğu bulunmuştur.

“Türkiye’deki diğer ailelerle kıyasladığımızda gelir düzeyinizi nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusuna katılımcıların yarısından biraz fazlası (%53.2) ortalama düzeyinde yanıtını vermiştir. Araştırmaya katılan bireylerin ailelerinde ortalama  $M=3$  ( $SD=1.5$ ) kişi olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların ortalama evlilik süresi  $M=13$  ( $SD= 11.13$ ) yıldır. Bireylerin çocuk sayısına bakıldığında, en fazla 9 çocuk sahibi oldukları görülmüş, ortalama yaklaşık  $M=2$  ( $SD=1.55$ ) çocuktur. Katılımcıların yarısından fazlasının konut sahibi (%62.7) ve yine yarısından fazlasının otomobil sahibi (%61.7) olduğu belirlenmiştir (Tablo 1).

**Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler**

Değişkenler	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	274	54.4
	Erkek	230	45.6
	<b>Toplam</b>	<b>504</b>	<b>100.0</b>
Eğitim düzeyi	Okuryazar/İlkokul (5 yıl)	67	13.3
	Ortaokul (8 yıl)	63	12.5
	Lise (11 yıl)	134	26.6
	Ön lisans (13 yıl)	68	13.5
	Lisans (15 yıl)	152	30.2
	Yüksek lisans (17 yıl)	16	3.2
	Doktora (21 yıl)	4	0.7
	<b>Toplam</b>	<b>504</b>	<b>100.0</b>
Eşin eğitim düzeyi	Okuryazar/İlkokul (5 yıl)	85	16.8
	Ortaokul (8 yıl)	58	11.5
	Lise (11 yıl)	129	25.6
	Ön lisans (13 yıl)	77	15.3
	Lisans (15 yıl)	133	26.4
	Yüksek lisans (17 yıl)	17	3.4
	Doktora (21 yıl)	5	1.0
	<b>Toplam</b>	<b>1552</b>	<b>100.0</b>
Çalışma durumu	Tam gün çalışıyor	275	54.6
	Yarım gün çalışıyor	46	9.1
	Mevsimlik çalışıyor	5	1.0
	Çalışmıyor	138	27.4
	Emekli	40	7.9
	<b>Toplam</b>	<b>504</b>	<b>100.0</b>
Eşin çalışma durumu	Tam gün çalışıyor	288	57.1
	Yarım gün çalışıyor	39	7.7
	Mevsimlik çalışıyor	9	1.8
	Çalışmıyor	134	26.6
	Emekli	34	6.8
	<b>Toplam</b>	<b>504</b>	<b>100.0</b>
Gelir düzeyini algılama	Ortalamanın çok altında	32	6.3
	Ortalamanın altında	118	23.4
	Ortalama düzeyinde	268	53.2
	Ortalamanın üzerinde	83	16.5
	Ortalamanın çok üzerinde	3	0.6
	<b>Toplam</b>	<b>504</b>	<b>100.0</b>
Konut sahibi olma durumu	Evet	316	62.7
	Hayır	188	37.3

	<b>Toplam</b>	<b>504</b>	<b>100.0</b>	
Otomobil sahibi olma durumu	Evet	311	61.7	
	Hayır	193	38.3	
	<b>Toplam</b>	<b>504</b>	<b>100.0</b>	
<b>Ortalamalar</b>	<b>M (SD)</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>	
Yaş	37.56 (11.62)	19	77	
Gelir	6452.59TL (3762.95)	800TL	30000TL	
Ailedeki kişi sayısı	3.48 (1.5)	2	11	2'de
Evlilik yılı	13.18 (11.13)	1	51	
Çocuk sayısı	1.69 (1.55)	0	9	

görüldüğü gibi katılımcıların evlilik kalitesi düzeyleri min.=49 ve mak.=126 arasında değişmekte olup ortalama  $M=109.4$  ( $SD=15.65$ ) düzeyindedir. Bu sonuç katılımcıların orta düzeyde evlilik kalitesine sahip olduğunu göstermektedir. Bireylerin öznel refah düzeyleri min.=29 ve mak.=174 arasında değişmekte olup ortalama  $M=123.26$  ( $SD=39.12$ ) düzeyindedir. Bu sonuç katılımcıların öznel refahlarının ortalamanın üzerinde olduğunu göstermektedir. Bireylerin finansal refah düzeyleri min.=0 ve mak.=40 arasında değişmekte olup ortalama  $M=22.08$  ( $SD=6.79$ ) düzeyindedir. Bu sonuç katılımcıların finansal refahlarının ortalamaya yakın olduğunu göstermektedir (Tablo 2).

**Tablo 2. Bağımlı ve Bağımsız Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler**

<b>Değişkenler</b>	<b>M (SD)</b>	<b>Min.</b>	<b>Max.</b>
Evlilik kalitesi	109.40 (15.65)	49	126
Öznel refah	123.26 (39.12)	29	174
Finansal refah	22.08 (6.79)	0	40

Araştırma modelinde ele alınan “evlilik kalitesi”, “öznel refah”, “gelir” ve “finansal refah” değişkenleri arasındaki korelasyonlar incelenerek “çoklu bağlantılılık” sorunu olup olmadığı değerlendirilmiştir. Kline (2005)’e göre ise değişkenler arası korelasyonun  $r>.85$  olması çoklu bağlantılılığı öngörmektedir. Analiz sonucunda “evlilik kalitesi” ile “öznel refah” arasında  $r=.43$ ; “evlilik kalitesi” ile “gelir” arasında  $r=.18$  “evlilik kalitesi” ile “finansal refah” arasında  $r=.29$ , “öznel refah” ile “gelir” arasında  $r=.20$ , “öznel refah” ile “finansal refah” arasında  $r=.34$  ve “gelir” ile “finansal refah” arasında ise  $r=.30$  korelasyonlar saptanmıştır. Bu bilgiler ışığında veri setinin çoklu bağlantılılık varsayımını karşıladığı sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 3).

**Tablo 3. Model Kapsamında Yer Alan Değişkenlere İlişkin Pearson Korelasyon Katsayıları**

<b>Değişkenler</b>	<b>Evlilik kalitesi</b>	<b>Öznel refah</b>	<b>Gelir</b>	<b>Finansal refah</b>
Evlilik kalitesi	1.000	.427***	.183***	.291***
Öznel refah		1.000	.196***	.337***
Gelir			1.000	.297***
Finansal refah				1.000

\*\*\*Değişkenler arası tüm Pearson korelasyon katsayıları istatistiksel bakımdan önemli ( $p < .001$ )

Öznel refah ve gelir düzeyinin evlilik kalitesine olan etkisinde finansal refah düzeyinin etkisi hiyerarşik regresyon analiz yöntemi ile incelenmiştir. Bu analiz yönteminde Baron ve Kenny (1986) tarafından belirtilen üç aşamalı model yaklaşımı kullanılmıştır. Bu yaklaşıma göre;

- İlk olarak bağımsız değişken (gelir ve öznel refah) ile bağımlı değişken (evlilik kalitesi) arasında incelenen regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı olmalıdır. Bu model aynı zamanda aracı değişkenin (finansal refah) yer almadığı modeldir. Bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki standartlaştırılmış regresyon katsayısı  $c$  ile gösterilir ve bu da toplam etkiyi ifade etmektedir.
- İkinci modelde bağımsız değişkenin (gelir ve öznel refah) aracı değişkene (finansal refah) olan etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olması gerekir eğer anlamlı değilse aracılık olmadığı anlaşılmaktadır.
- Model 3 ise aracı değişkenin modele dahil edildiği modeldir. Aracı değişken modele dahil edildiğinde bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki regresyon katsayısını gösteren  $c'$  katsayısına bakılır ve bu katsayı da doğrudan etkiyi göstermektedir.  $c = c' + a*b$  denklemindeki  $a*b$  ise aracılık etkisini ifade eder yani toplam etkiden doğrudan etki çıkartılarak ulaşılır. Model'e göre  $c'$  katsayısı istatistiksel olarak anlamlı değilse tam aracılık, bu katsayı  $c$  değerine göre azalmış olmasına karşın istatistiksel olarak anlamlılığını kaybetmediyse kısmi aracılık olduğu sonucuna ulaşılır (Şimşek, 2007; Baron & Kenny, 1986).

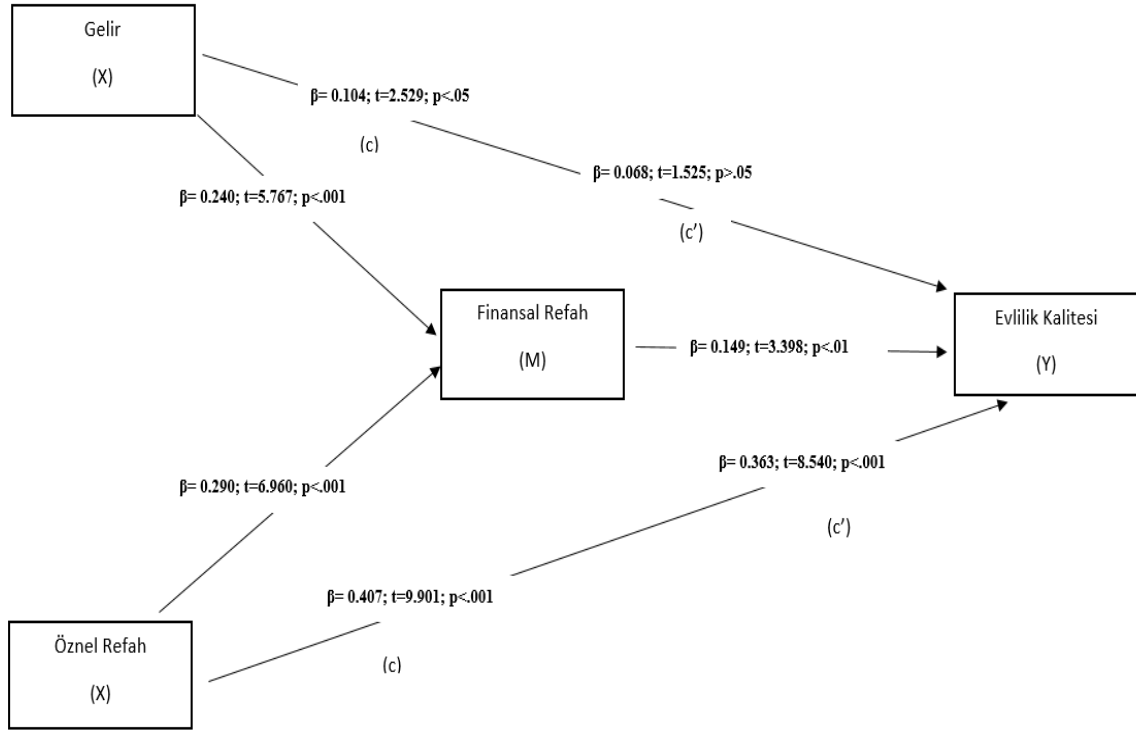
Model 1'e göre gelir ve öznel refah puanlarının evlilik kalitesine olan etkisine ilişkin kurulan regresyon modeli anlamlı bulunmuştur ( $F=59.395$ ,  $p < .001$ ). Evlilik kalitesi puanlarındaki değişkenliğin %19.3'ü gelir ve öznel refah ile açıklanmaktadır. Gelir ( $\beta=0.104$ ,  $t=2.529$ ,  $p < .05$ ) ve öznel refahın ( $\beta=0.407$ ,  $t=9.901$ ,  $p < .05$ ) evlilik kalitesini pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı etkilediği saptanmıştır. Gelir ve öznel refah puanlarının her birinde olan 1 birimlik artış evlilik kalitesi puanlarında sırasıyla 0.104 ve 0.407 birimlik artış sağlamaktadır. Gelir için toplam etki 0.104 ve öznel refah için ise 0.407'dir.

Model 2'ye göre de gelir ve öznel refah puanlarının finansal refaha olan etkisine ilişkin kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $F=50.655$ ,  $p < .001$ ). Finansal refah puanlarındaki değişkenliğin %16.9'u gelir ve öznel refah ile açıklanmaktadır. Gelir ( $\beta=0.240$ ,  $t=5.767$ ,  $p < .05$ ) ve öznel refahın ( $\beta=0.290$ ,  $t=6.960$ ,  $p < .05$ ) finansal refahı pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı etkilediği saptanmıştır.

Gelir ve öznel refah puanlarının her birinde olan 1 birimlik artış finansal refah puanlarında sırasıyla 0.240 ve 0.490 birimlik artış sağlamaktadır.

Model 3'e göre aracı değişken olan finansal refahın modele dahil edildikten sonraki kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $F=44.283$ ,  $p<.001$ ). Evlilik kalitesi puanlarındaki değişkenliğin %21.1'i gelir, öznel refah ve finansal refah puanları tarafından açıklanmaktadır. Öznel refah ( $\beta=0.363$ ,  $t=8.540$ ,  $p<.05$ ) ve finansal refahın ( $\beta =0.149$ ,  $t=3.998$ ,  $p<.01$ ) evlilik kalitesini istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Ancak model 3'te gelirin evlilik kalitesine olan etkisi anlamlı bulunmamıştır ( $\beta=0.068$ ,  $t=1.525$ ,  $p>.05$ ). Öznel refah ve finansal refah puanlarının her birinde olan 1 birimlik artış evlilik kalitesi puanlarında sırasıyla 0.363 ve 0.149 birimlik artış sağlamaktadır.

Model 1 ile 3 arasında açıklanan varyans farkı 0.018 olarak elde edilmiş ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $p<.001$ ). Gelirin evlilik kalitesine olan etkisinde finansal refah için tam aracılık söz konusudur. Bunun nedeni model 1 için gelir ve finansal refah arasındaki standartlaştırılmış regresyon katsayısı (c) 0.692 olup finansal refah modele eklendiğinde bu katsayı (c') 0.068 olup anlamlılığını yitirmiştir. Öznel refahın evlilik kalitesine olan etkisinde ise finansal refah için kısmi aracılık söz konusudur. Bunun nedeni model 1 için öznel refah ve finansal refah arasındaki standartlaştırılmış regresyon katsayısı (c) 0.407 olup finansal refah modele eklendiğinde bu katsayı (c') 0.363 olup hala istatistiksel olarak anlamlıdır (Şekil 1).



Şekil 1. Aracılık Modeli

#### 4. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Aile, dolayısıyla evlilik kurumu, finansal bir birim olarak toplumlarda yer almaktadır. Değişen dünyada sosyal normlardan ya da makroekonomik istikrarsızlıktan kaynaklanan finansal konular çoğu çift için endişe kaynağı olmakla birlikte çatışmalara da neden olan bir olgudur. Evli bireylerin ilişki memnuniyetlerinde ve buna bağlı evlilik kalitelerinde önemli bileşen, finansal konulara ilişkin yaşanan tartışmalardır. Finansal konular çiftlerin evlilik kalitesini etkilemektedir. Bu anlamda, daha yüksek ilişki kalitesi bireylerin, çiftlerin ve ailelerin öznel refahına katkı sağlamaktadır (Mao vd., 2017; Sorenson, 2016). Buradan yola çıkarak finansal refahın evlilik kalitesi ve öznel refah arasındaki aracı rolünü anlamak önemli bir konudur. Bu çalışma evli bireylerin evlilik kaliteleri ile öznel ve finansal refahları arasındaki ilişkiyi ve evlilik kaliteleri ile öznel refahları arasındaki ilişkiye finansal refahın aracılık edip etmediğini belirlemek amacıyla 504 bireyden elde edilen veriler üzerinde yürütülmüştür.

Araştırmada evlilik kalitesi model testi kapsamında yanıtı aranan “evli bireylerin evlilik kaliteleri ile öznel refahları arasındaki ilişki belirlenip bu ilişkiye finansal refahın aracılık edip etmediği” sorusuna ilişkin ortaya çıkan bulgulara göre; gelir ve öznel refah bireylerin evlilik

kalitesini pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Bu sonuca göre bireylerin gelir ve öznel refah düzeyleri arttıkça evlilik kaliteleri de yükselmektedir. Gelir ve öznel refah aynı zamanda bireylerin finansal refahlarını da pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Bireylerin gelir ve öznel refah düzeyleri arttıkça finansal refah düzeyleri de artmaktadır. Finansal refah modele eklendikten sonra öznel refah ve finansal refahın evlilik kalitesini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği saptanmıştır. Bireylerin öznel ve finansal refahları arttıkça evlilik kaliteleri de artmaktadır. Buna karşın finansal refah modele eklendikten sonra gelir ve evlilik kalitesi arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Bu sonuca göre gelirin evlilik kalitesine olan etkisinde finansal refahın tam aracılık ettiği, öznel refahın evlilik kalitesine olan etkisinde ise finansal refahın kısmi aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Literatür incelendiğinde konuya ilişkin yapılan çalışmalar daha çok, ailede yaşanan ekonomik sıkıntıların ve eşin parayı ne kadar iyi idare ettiğine dair algıların bireylerin evlilik kalitesine etkisi üzerinedir. Bireyler, eşlerinin parayı iyi idare etmediğini hissettiklerinde, daha düşük düzeyde evlilik mutluluğu ifade etmektedir (Britt vd., 2008). Daha önce yapılan araştırmaların sonuçları ile uyumlu olarak çalışmada finansal refah ile evlilik kalitesi arasında doğrusal ilişki bulunmuş olup yapılan araştırmalarda genel öznel refahları yüksek bireylerin evlilik doyumlarının da yüksek olduğu saptanmıştır (Çağ & Yıldırım, 2018; Çelik, 2013). Araştırmanın sonuçlarına benzer şekilde, Fincham ve Beach'e (2006) göre, gelir düzeyi evlilik kalitesi üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Dew ve Dakin'e (2011) göre evlilikte çatışmaların ana sebebi çiftler arasında yaşanan ekonomik temelli anlaşmazlıklardır. Bullock ve Williams (2019) çalışmalarında hem yüksek finansal refahın hem de düşük finansal baskıların yaşanması durumunda daha fazla evlilik doyumunu öngörmektedir. Grable, Britt ve Cantrell'a (2007) göre de para, çoğunlukla çiftler arasında düş kırıklığı ve güç savaşı ile neticelenmekte ve bu durum sonucunda ise evlilik kalitesi olumsuz olarak etkilemektedir. Araştırmanın sonuçlarına paralel olarak Thoresen ve Goldsmith'in (1987) çalışma bulgularında da finansal refah ile evlilik kalitesi ve genel refah arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar daha önce yapılan araştırmaların sonuçlarını destekler niteliktedir.

Bu araştırma çevrimiçi ankete katılan evli bireylerle sınırlıdır. Çalışmanın katılımcılarını farklı gelir, yaş ve eğitim düzeyine sahip bireyler oluştursa da örneklemin ana kitleyi tam olarak açıklayamayacak olması sınırlılıklardan biridir.



Bu sebeple araştırma kapsamında ulaşılan bulgular benzer özelliklerle nitelenen gruplara genellenebilir. Bazı sınırlılıkları olmasına karşın, çalışma, alanyazına katkı sağlayan ve politika yapıcıların, aileye ilişkin çalışan uzmanların, eğitimcilerin, araştırmacı ve akademisyenlerin yararlanabileceği bir referans olabilir.

Araştırmanın bulgularından yola çıkarak, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Aile Danışma Merkezleri, Halk Eğitim Merkezleri gibi kurum ve kuruluşlarda aileyi koruyan politika uygulamaları kapsamında konuya ilişkin eğitim ve danışma hizmetleri gibi evlilik yaşantısını geliştirmeye ilişkin hizmetlerin genişletilmesi yerinde olacaktır. Toplumun temel yapı taşı olan evlilik kurumunun devamlılığı ve kalitesini arttırmaya yönelik eşlerin birlikte katılacağı “finansal yönetim, evlilik kalitesi, evlilikte iletişim, problem çözme” gibi konuları içeren “yetişkin eğitim programları” uygulanması yararlı olabilir. Çiftlerin rasyonel kararlar alabilmesinin yolu finansal bilgidir. İlgili kurum ve kuruluşlar tarafından eşlere finansal danışmanlık hizmeti verilebilir. Finansal bilgiye sahip çiftler, ekonomik sıkıntılarını beraber ve daha kolay halledebilecektir. Bu bağlamda da evlilik yaşamından alınan doyum evlilik kalitesini yükseltecektir.

Ülkemizdeki boşanma oranlarındaki artış göz önünde bulundurulduğunda, konuya ilişkin çalışmalar yapmak gerekli olmaktadır. Aile içerisinde evlilik kalitesini hatta bireylerin yaşam kalitesini etkileyen durumlar günden güne yaygınlaşmakta, bu hususlara ilişkin çok sayıda haber basında yer almaktadır. Bu nedenle özne ve finansal refahın evlilik kalitesi üzerindeki etkisi nedeniyle aile kurumunu dolayısıyla da evlilik kurumunu sürekli ve sağlıklı kılmak için bilimsel bulguların ışığında araştırmaların yaygınlaşması önemli ve gerekli görünmektedir. Daha önce evli bireylerin evlilik kalitesi, finansal refah ve özne refahları arasındaki ilişkinin incelenmesine ilişkin ülkemizde yapılan çalışmaların literatürde az olduğu görülmektedir. Bu bağlamda gelecek çalışmalar için konunun cinsiyet, çocuk sayısı, kadının çalışma durumu gibi değişkenlerle birlikte ele alınması, daha geniş örneklem ile sosyo-ekonomik düzeylere göre karşılaştırmalar yapılması ve nitel soruları da dahil ederek karma yöntem yoluyla çalışmalar yapılması önerilebilir. Böylece konuya ilişkin literatür zenginleştirilebilir.

## Kaynakça

- Arshad, M., Mohsin, M. N., and Mahmood K. (2014). Marital Adjustment and Life Satisfaction Among Early and Late Marriages. *Journal of Education And Practise*, 5(17), 83-90.
- Aytaç, I.A. and Rankin, B.H. (2009). Economic Crisis and Marital Problems in Turkey: Testing The Family Stress Model. *Journal of Marriage and Family*, 71, 756-767.
- Bacanlı, H. (2001). Eş Tercihleri. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(15), 7-16.
- Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bognar, G. (2005). The Concept of Quality of Life. *Social Theory and Practise*, 31(4), 561-580.
- Britt, S., Grable, J. E., Briana, S., Goff, N. and White, M. (2008). The Influence of Perceived Spending Behaviors on Relationship Satisfaction. *Financial Counseling and Planning* 19, 31-43.
- Bullock, A. and Williams, L. (2019). Predicting Canadian Armed Forces Service Couples' Marital Satisfaction: Roles of Financial Well-Being and Financial Strain, *Journal of Military, Veteran and Family Health*, 5(1), 63-70.
- Clark-Nicolas, P. and Gray-Little, B. (1991). Effects of Economic Resources on Marital Quality in Black Married Couples. *Journal of Marriage and Family*, 53(3), 645-655.
- Çağ, P. ve Yıldırım, İ. (2018). Evlilik Doyumunda Öznel İyi Olma: Yaşam Doyumu ve İyimserliğin Rolü. *Turkish Studies*, 13(4), 203-224.
- Çelik, E. (2013). Evlilik Hoşnutsuzluğu Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(12), 249-261.
- Çetinkaya, E. (2022). *Psikolojik Esneklik, Öz Şefkat, Algılanan Stres ve Evlilik Kalitesinin Bazı Demografik Değişkenler ve Aralarındaki İlişki Açısından İncelenmesi*, Yüksek Lisans tezi, Ufuk Üniversitesi, Ankara.
- Çopur, Z. ve Eker, I. (2014). The Relationship Between Financial Issues and Maritalrelationship, *International Journal of Arts & Sciences*, 7(5), 683-698.
- Çopur, Z., and Ruiz-Menjivar, J. (2018). *Exploring The Relationship Between Time Perspective and Financial Well-Being: An Empirical Study in Turkey*. Presented at the 2018 The American Council of Consumer Interests (ACCI) Conference. 17-19 May, Clearwater, FL, USA.
- Consumer Financial Protection Bureau (2015). *Financial Well-Being: The Goal of Financial Education*. Washington, DC: CFPB.
- Dew, J. and Dakin, J. (2011). Financial Disagreements and Marital Conflict Tactics. *The Journal of Financial Therapy*, 2(1), 23-42.
- Diener, E. (1984). Subjective Well-being. *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.
- Fattore, T. (2020). Well-Being and Quality of Life as Resources for Teaching Sociology. G. H. Tonon (Ed.), *Teaching Quality of Life in Different Domains* içinde (43-60, ss). Springer: Switzerland.

- Fincham, F. D. and Beach, S. R. H. (2006). Relationship satisfaction (Chapter 31). In Vangelisti, A. L. and Perlman, D. (Eds.). *The Cambridge Handbook of Personal Relationships*. United States of America: Cambridge University Press.
- Friedman, P. (2020). *The Best Definition of Marriage: The True Meaning of Marriage*. Erişim tarihi: 28 Ağustos 2022: <https://themarriagefoundation.org/marriage-definition>.
- Glenn, N.D. (1998). The Course of Marital Success And Failure in Five American 10 Year Marriage Cohorts. *Journal of Marriage and Family*, 60, 569-576.
- Grable, J.E., Britt,S. and Cantrell, J. (2007). An Exploratory Study of The Role Financial Satisfaction Has on The Thought of Subsequent Divorce. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 36(2), 130-150.
- Gürel, B. (2016). *Ekonomik Faktörlerin Evlilik Kalitesine Etkisi: Bir Dyadic Model Testi*. Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Gürel, B. ve Çopur, Z. (2020). Evlilik Kalitesi Ölçeğinin Geliştirilmesi, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 30-42.
- Gürel, B. ve Çopur, Z. (2021). Ekonomik Faktörlerin Evlilik Kalitesine Etkisi: Bir Dyadic Model Testi, *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 21(52), 631-668.
- Hashmi, H. A., Khurshid, M., and Hassan, I. (2006). Marital Adjustment, Stress, and Depression Among Working and Non-Working Married Women. *Internet Journal of Medical*, 2(1), 19-26.
- Headey, B., Veenhoven, R. and Wearing, A. (1991). Top-Down Versus Bottom-Up Theories of Subjective Well-Being. *Social Indicators Research*, 24(1), 81–100.
- Kansky, J. and Diener, E. (2017). Benefits of Well-Being: Health, Social Relationships, Work, and Resilience, *Journal of Positive Psychology and Wellbeing*, 1(2), 129-169.
- Kansız, M. ve Arkar, H. (2011). Mizaç ve Karakter Özelliklerinin Evlilik Doyumu Üzerine Etkisi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 12(1), 24-29.
- Kline, R.B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2nd ed.). New York: The Guilford Press.
- Kodan, S. (2013). *Evli Bireylerin Evlilik Kalitesi Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumları ve Yaşam Doyumları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Lui, P.P. and Fernando, G.A. (2018). Development and Initial Validation of a Multidimensional Scale Assessing Subjective Well-Being: The Well-Being Scale (WeBS), *Psychological Reports*, 121(1), 135–160.
- Mao, D. M., Danes, S. M., Serido, J. and Shim, S. (2017). Financial Influences Impacting Young Adults' Relationship Satisfaction: Personal Management Quality, Perceived Partner Behavior, and Perceived Financial Mutuality. *Journal of Financial Therapy*, 8(2), 23- 41.
- Özaydınlık, Ş. (2014). *Evli Çiftlerin Evlilik Uyumu ile Kişilik Özellikleri ve Romantik İlişkilerindeki Sosyal İlginin İncelenmesi*, Yüksek Lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Özgüven, İ. E. (2010). *Ailede İletişim ve Yaşam*, Pdrem Yayınları.
- Özğurlu, K. (1996). *Evlilik Raporu*, Altın Kitaplar Yayınevi, 3. Baskı, Ankara.

- Papp, L. M., Cummings, E. M. and Goeke-Morey, M. C. (2009). For Richer, For Poorer: Money As A Topic Of marital Conflict in The Home. *Family Relations*, 58, 91-103.
- Seligman, M. E. P. (2007). *Gerçek Mutluluk* (S. Kunt Akbaş ve E. Köroğlu, Çev. Ed.). Ankara: HYB Basım Yayın.
- Sorenson, E. D. (2016). *Couples' Financial Management and Marital Quality: A Phenomenological Inquiry*. Master of Science, Iowa State University, Iowa.
- Spanier, G. B., and Lewis, R. A. (1980). Marital Quality: A Review of The Seventies. *Journal of Marriage and the Family*, 42(4), 825-839.
- Şimşek, O. F. (2007). Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş. Ekinoks, Ankara.
- Taft, M., Hosein, Z., Mehrizi, S. and Roshan, A. (2013). The Relation between Financial Literacy, Financial Wellbeing and Financial Concerns. *International Journal of Business and Management*, 8(11), 63-75.
- Thoresen, R. J. and Goldsmith, E.B. (1987) The Relationship between Army Families' Financial Well-Being and Depression, General Well-Being, and Marital Satisfaction, *The Journal of Social Psychology*, 127(5), 545-547.
- Veenhoven, R. (2012). Happiness, also known as “Life satisfaction” and “Subjective well-being” (Chapter 3) In Land, K. C, Michalos, A. C. and Sirgy, M. J. (Eds.) *Handcook of Social Indicators and Quality Of Life Research*. New York: Springer Press, (Pp: 63-77).
- Wilcox W. B. (2009). The State of our Unions Marriage in America 2009. *Money and Marriage*. National Marriage Project, University of Virginia.
- Yetim, Ü. (2001). *Toplumdan Bireye İnsan Resimleri*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Zapf, W. (1984). Welfare Production: Public Versus Private, *Social Indicators Research*, 14(3), 263-274.

# SOSYAL MEDYA PAZARLAMASININ TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA TUTUMLARINA ETKİSİ: KUŞAKLAR ARASI FARKLILIKLARA YÖNELİK BİR ÇALIŞMA<sup>1</sup>

Altuğ Caner KARA<sup>2</sup>, Aysun VARAN<sup>3</sup>

## Öz

Günümüzde teknoloji ve internet altyapısının güçlenmesiyle birlikte tüketicilerin profilleri de sürekli değişmektedir. Çevrimiçi alışverişin artması ile işletmeler tüketicilere uygun pazarlama stratejilerini değiştirmek ve geliştirmek zorunda kalmıştır. Ayrıca sosyal medya kullanımının artması bu kanallarda yapılan reklamın ve marka konumlandırmanın önemini arttırmıştır. Hedef kitleye yönelik doğrudan pazarlama çalışması yapılırken kuşaklara göre ayrılan bireyleri ortak özelliklerine göre gruplandırmak ve bu doğrultuda çalışmalar yapmak gerekmektedir. Bu bağlamda "Sosyal medya platformlarında tüketicilerin satın alma tutumlarını etkileyen unsurlar nelerdir? Kuşak unsurunun tüketicilerin satın alma tutumlarına etkisi var mıdır? Var ise bu etki kuşaklar arasında farklılık gösterir mi?" soruları bu çalışmanın temel problemlerini oluşturmaktadır. Çalışma sosyal medya kanallarında reklamı yapılan ürün veya hizmetlerin Y ve Z kuşakları baz alınarak satın alma tutumlarında farklılık olup olmadığını incelemek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırma sonucunda Y ve Z kuşağı arasında reklamların rahatsız ediciliğinin satın alma tutumuna etkisi açısından anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuştur. Ayrıca marka odaklılığın, sosyal medyada sürü davranışlarının, performans beklentisinin, dürtüsel satın almanın, reklamların bilgilendiriciliği ve eğlendiriciliğinin her iki kuşağında satın alma tutumlarını etkilediği bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Pazarlama, Satın Alma, Sosyal Medya Reklamları, Y Kuşağı, Z Kuşağı  
**JEL Sınıflaması:** M10, M30, M31, M39, M48

## THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON THE PURCHASE ATTITUDES OF CONSUMERS: A STUDY ON INTERGENERATIONAL DIFFERENCES

### Abstract

With the strengthening of technology and internet infrastructure today, consumer profiles are constantly changing. With the increase in online shopping, businesses have had to change and develop appropriate marketing strategies for consumers. Additionally, the increase in social media usage has increased the importance of advertising and brand positioning on these channels. When targeting the audience through direct marketing, it is necessary to group individuals who are separated by generations according to their common characteristics and work accordingly. In this context, "What are the factors that affect consumers' purchasing attitudes on social media platforms? Does the generation factor have an effect on consumers' purchasing attitudes? If so, does this effect differ among generations?" These are the main problems of this study. The study was prepared to examine whether there is a difference in purchasing attitudes based on the Y and Z generations for products or services advertised on social media channels.. As a result of the research, a significant difference was found between the Y and Z generations in terms of the impact of the annoyance of ads on purchasing attitudes. Additionally, it was found that brand focus, social media herd behavior, performance expectations, impulse buying, the informativeness and entertainment value of ads, all affect the purchasing attitudes of both generations..

**Keywords:** Marketing, Purchasing, Social Media Ads, Y Generation, Z Generation  
**JEL Classification:** M10, M30, M31, M39, M48

<sup>1</sup> Bu çalışma Beykoz Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret ve Lojistik Tezli Yüksek Lisans programında 27.05.2022 tarihinde sunulan 'Sosyal Medya Kanallarında Kuşaklar Arası Farklılıklar: Sosyal Medya Pazarlamasının Kuşakların Satınalma Tutumlarına Etkisine Yönelik Bir Uygulama' adlı tez esas alınarak hazırlanmıştır.

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Mezunu, [altugcanerkara@gmail.com](mailto:altugcanerkara@gmail.com), ORCID: 0000-0002-7675-0508

<sup>3</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, [aysunvaran@beykoz.edu.tr](mailto:aysunvaran@beykoz.edu.tr), ORCID: 0000-0001-6401-9542

## 1. Giriş

Günümüzde sosyal medya kanallarının kullanımı hızlı bir şekilde artmış ve sosyal medya hemen hemen her kesimden insanı sanal bir çatının altında toplamıştır. Öyle ki bireyler bu çatı altında istedikleri konum ve zamanlarda birbirleriyle rahatlıkla iletişim kurabilmektedir. Sosyal medya kanalları internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte insanların eğlence ve içerik üretme tutumlarına farklı bir boyut kazandırmıştır. Yaşanan teknolojik gelişmeler sosyal medya kanallarının birer pazarlama aracı olarak kullanılmasına olanak sağlamıştır. Bu durum geleneksel medya reklamlarının tüketicilere olan tesirinin azaldığını fark eden pazarlamacıları ve işletmeleri harekete geçirmiştir.

Sosyal medya mecralarında tüketicilerin anlık ve etkili iletişim halinde olmaları işletmelerin ürün veya hizmetlerini tüketicilere hızlı ve çok düşük maliyetlerde ulaştırmasını kolaylaştırmıştır. Fakat çok geniş kitlelerin kullandığı sosyal medya mecralarında başarıya ulaşabilmek için işletme ve pazarlamacılar ürün veya hizmetleri dikkatli bir şekilde konumlandırmalıdır. Bu durum tüketiciler tarafından geri dönüşlerin çok hızlı olduğu sosyal medya mecralarında, tüketicilerin satın alma tutumuna önemli bir etki oluşturmaktadır. Bu sebeple işletmeler tüketicileri iyi bir incelemeye tabi tutup onları doğru tanınması, tüketim eğilimlerine, alışkanlıklarına, kuşaklarına, satın alma tutumlarına vb. özelliklerine uygun stratejiler geliştirmelidir.

Çalışmanın amacı, sosyal medya kanallarında reklamı yapılan ürün veya hizmetlerin Y ve Z kuşakları baz alınarak satın alma tutumlarında farklılık olup olmadığını incelemektir.

### 1.1. Kuşak Kavramı ve Sınıflandırılması

Kuşak kavramı köken bakımından çok eski tarihlere dayanmaktadır. Tarihe bakıldığında Hint-Avrupa toplumunda zaman kavramı ayırt edilirken yıl ve yüzyıl gibi terimlerle değil de kuşak kavramıyla ifade edilmektedir. Örneğin Yunan düşünür Hesiod zamanı bölümlere ayırırken kuşak kavramını kullanmıştır (Strauss & Howe, 1991, s. 433).

Kuşak kelimesi Latince “generatio” olarak geçmekte ve bu kelime İngilizce’ye ‘generation’ olarak geçmiştir. Türk Dil Kurumu (2021) sözlüğüne bakıldığında kuşak kavramı “Yaklaşık yirmi beş otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, kuşak, batın, jenerasyon” şeklinde tanımlanmıştır. Kuşak, belirli bir zamanda doğan insanların oluşturduğu bir topluluktur. Kavramın önemine bakılınca aynı zaman diliminde doğan bireylerin hayatlarının benzer dönemlerinde aynı yaşam sürecini yaşamalarından kaynaklı, onlara hayatlarının önemli noktalarıyla ilgili soru yöneltildiğinde birbirine çok benzer değerlerde olmalarıdır. Yalnız farklı

kuşaklar bu soruları farklı tanımlayıcı unsurlarla cevaplar ve nedenleriyle birlikte yanıtlar (Arsenault, 2004, s. 129)

Y kuşağın en belirgin özelliği internet ağının tüm bireyler üstünde kuşatıcı olmasıdır. Öyle ki bu kuşak bilgisayar, akıllı telefonlar, müzik çalarlar, video oyunları ile iç içe büyümüştür. Hayatlarının her alanında internet kullanımı mevcuttur. Sosyal medya kanallarının yaygın kullanımı bu kuşağın iletişim şeklini değiştirmiştir. Ayrıca internet aracılığı ile yapılan eğitim kursları ile öğrenim şekilleri de değişmiştir (Taşova, 2019, s. 22).

Z kuşağı insanlarla iletişime internet ve sosyal medya aracılığıyla girmeyi tercih etmektedir. Onlar için yüz yüze iletişim çok önem arz etmemektedir. Durum böyle olunca Z kuşağı bulunduğu ortamda internet bağlantısının olması şartına bağlı yaşamaktadır (Jiri, 2016, s. 109).

Bu çalışmada kullanılacak olan kuşak sınıflandırılması, yazarların kuşaklarla ilgili yapmış oldukları çalışmalar incelendikten sonra kuşaklar üzerine birçok çalışması olan ve sektörde kendini kabul ettiren araştırma firması The Center for Generational Kinetics (2021) belirttiği tarih aralıkları alınarak Tablo 1.1 'deki şekliyle belirlenmiştir.

**Tablo 1.1. Araştırmada Kullanılacak Olan Kuşaklar ve Dönemleri**

Yazar	Y Kuşağı	Z Kuşağı
The Center for Generational Kinetics (2021)	1977- 1995	1996-2015

**Kaynak:** The Center for Generational Kinetics. 10 Ekim 2021 tarihinde [https://genhq.com/generational\\_birth\\_years/](https://genhq.com/generational_birth_years/) adresinden erişildi.

## 1. Teorik Yapı ve Hipotez Geliştirme

### 2.1. Reklamların Bilgilendiriciliği

Bilgi reklamın etkinliğini belirleyen en önemli unsurlardan biridir. İşletmelerin reklam vermelerindeki asıl neden tüketicilere ürünler, hizmetler ve markası hakkında bilgilendirme sunabilmek içindir. Tüketicilerin reklamları kabul etmelerinin ilk sebebi reklamlardan bilgi edinme amaçlıdır (Saxena & Khanna, 2013, s. 18). Bilgilendiricilik tüketicilere en yüksek faydayı sağlayan mevcut alternatifler arasından seçim yapabilmesini sağlayan bir etkidir. İşletmeler hazırlanan reklamları ürün veya hizmetlerine en uygun şekilde sundukları için reklamlarda verilen bilgiler objektif olmayacaktır (Rotzoll, Haefner, ve Hall, 1996, s. 117).

Taylor, Lewin, ve Strutton (2011) yapmış oldukları çalışmada reklamlar ürünler hakkında doğru bilgilendirmeleri yaparsa tüketiciler tarafından değerli bulunacağını ve bilgilendiricilik faktörünün tüketicilerin satın alma tutumlarına olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

- H<sub>1</sub>: Sosyal medya kanallarında reklamların bilgilendiriciliği Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>1a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

## 2.2. Reklamların Eğlendiriciliği

Tüketicilerin satın alma tutumlarına etki eden faktör eğlendiricilik, reklam mesajlarının keyif verme düzeyi olarak açıklanmakta ve çoğunlukta mizahi özellikler barındırarak tüketicilerin dikkatinin reklam mesajında kalmasını sağlar. Sosyal medya ve internet reklamlarının geneli eğlendirici olma özelliğini taşımaktadır (Le & Nguyen, 2014, s. 91).

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde birçoğunda eğlendiricilik faktörünün tüketicilerin satın alma tutumlarına ve marka tutumlarına olumlu etkisi olduğu görülmektedir (M. V. Armağan vd., 2017; İnce ve Bozyiğit, 2018; Shimp, 1981). Tüketiciler sosyal medya platformlarında takip ettikleri işletme hareketlerini eğlenceli bulmaları halinde ürün veya hizmet satın almayı düşünme eğilimleri artar. Reklam mesajlarının eğlenceliği arttıkça tüketicilerin satın alma niyetleri de artacaktır (Alkış ve Karakan, 2019, ss. 714-716).

- H<sub>2</sub>: Sosyal medya kanallarında reklamların eğlendiriciliği Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>2a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

## 2.3. Reklamların Rahatsız Ediciliği

Reklamların bilgilendiriciliği ve eğlence faktörleri reklamın değerinin olumlu yordayıcısı olsa da rahatsız edicilik faktörünün reklamın değerinde olumsuz etkisi olmaktadır. Reklamların tüketicilerin canını sıkması, asi, kızdırıcı, kafa bulandırıcı veya manipüle eden mesajlar vermesi tüketicilerde rahatsız edici duygusal bir durum oluşmasına neden olmaktadır (Ducoffe, 1996, s. 22). Reklamların rahatsız edici özellikte olması durumunda reklam mesajının anlaşılması zorlaşacaktır. Bu durumda reklamın değerinde olumsuz etkileri olacaktır (Taylor vd., 2011, s. 263).

Literatüre bakıldığında reklamların rahatsız edicilik özelliğinin televizyon ve sosyal medya platformlarında yayınlanan reklamların değerine olumsuz etkisi olduğunu bu olumsuzluğunda tüketicilerin reklamlara karşı tutumunu negatif etkilediği görülmektedir (Diker, 2021, s. 102; Logan, Bright, ve Gangadharbatla, 2012, s. 173-174).



- H<sub>3</sub>: Sosyal medya kanallarında reklamların rahatsız ediciliğinin Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>3a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

#### **2.4. Reklamların Güvenilirliği**

Reklamların güvenilir olması tüketicilerin tutumlarını olumlu etkiler ve sonrasında tüketicilerin satın alma niyetlerine olumlu yansır. Reklamlarda markalar hakkında yapılan iddiaların doğru ve inanılır olmasıyla tüketicilerin algıladığı değer reklamların güvenilirliği olarak açıklanmaktadır (Prendergast, Liu, & Poon, 2009, s. 321). Bir reklamın güvenilirliğini yalnızca reklam mesajı değil de işletmeye olan güven ile reklamın kaynağı da etkilemektedir. İnternet mecrasında reklamların güçlü bir marka tarafından iletilmediği durumlarda reklam mesajına güvenilirliğin düşük seviyede olduğu görülmüştür (Haq, 2009, s. 214). Reklamların güvenilirliğinin tüketicilerin markaya olan tutumu etkilediğini düşünen reklam verenler pazara sürülen reklamın güvenilir olduğundan emin olmak ister. Çünkü güvenilirlik faktörü reklam mesajının sonuçlarını etkileyen, tüketicileri ikna eden en önemli unsurlardan biridir. Tüketiciler tarafından güvenilir algılanmayan reklamlar tüketiciler tarafından sansürlenir ve yok sayılır (Tran, 2017, s. 232).

Bu doğrultuda, reklamların güvenilirliğinin markaya olan etkisini ve satın alma niyetine etkisini inceleyen çok sayıda çalışma mevcuttur (Deshpandé ve Stayman, 1994; Goldberg ve Hartwick, 1990; Kavanoor, Grewal, ve Blodgett, 1997; Lelebici Koçer ve Özmerdivanlı, 2019; Sabuncuoğlu ve Gülay, 2016).

- H<sub>4</sub>: Sosyal medya kanallarında reklamlara güvenilirliğin Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>4a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

#### **2.5. Marka Odaklılık**

Marka bilinci ile hareket eden ve markalara büyük saygı duyan tüketiciler, ticari medya kaynakları aracılığıyla markalar hakkında bilgi edinmeye ilgileri olan bireyler olarak tanımlanmaktadır. Marka odaklılık sosyal medya reklamlarında tüketicilerin reklam mesajlarından nasıl etkilendiğinin açıklanmasında yardımcı olur. Marka bilincine sahip tüketiciler sosyal medya kanallarında işletmeler hakkında olumlu yorumlarda bulunmaları marka değerine katkıda bulunur ve satın alma tutumlarını olumlu etkiler (Chu vd., 2013, s. 162).

Marka isimleri tüketicilerin ağızlarına yerleştikçe marka odaklılık faktörü tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde daha önemli bir yer tutar (Liao ve Wang, 2009; Ye, Bose, ve Pelton, 2012). Literatürde tüketicilerin marka odaklılığının satın alma tutumlarına etkisini inceleyen birçok çalışma vardır (Chu ve Kamal, 2011; Gümüş, 2020; Yang, Kim, ve Kim, 2017).

- H<sub>5</sub>: Sosyal medya kanallarında marka odaklılığın Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>5a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

## 2.6. Fiyat Odaklılık

Fiyat odaklılık, tüketicilerin özellikle düşük bir bedel ödeyerek ürün veya hizmet satın alımına odaklanmasıdır. Tüketiciler fiyat düzeyinin ürünün kalitesi hakkında bilgi verdiğini, fiyat ve kalitenin ilişkili olduğunu çıkarabilir (Lichtenstein, Ridgway, & Netemeyer, 1993, s. 235). Fiyat odaklılığın tüketicilerin satın alma tutumunda etkisi bulunmaktadır (Alford ve Biswas, 2002; Gabor ve Granger, 1961; Sinha ve Batra, 1999).

- H<sub>6</sub>: Sosyal medya kanallarında fiyat odaklılığın Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>6a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

## 2.7. Performans Beklentisi

Çevrimiçi alanlarda tüketiciler reklamları daha üretken ve yararlı bulmaları durumunda reklamlara daha fazla dahil olarak reklamlarla meşguliyetini arttıracaktır. Sosyal medya reklamlarında tüketiciler kişileştirilmiş reklamları daha kullanışlı ve faydalı olarak algıladıklarında reklama katılımları yükselecektir. Tüketicilerin çevrimiçi satın alma tutumları ve çevrimiçi alışveriş kanallarını kullanımını reklamlardan algılanan kullanılabilirlik seviyesi etkilemektedir (Alalwan, 2018, s. 67).

Performans beklentisi faktörünün tüketicilerin satın alma kararına etkisini inceleyen çalışmaların literatüre bakıldığında az sayıda olduğu görülmektedir (Alalwan, 2018; Do Nam Hung, Azam, ve Khatibi, 2019; Ratten, 2015).

- H<sub>7</sub>: Sosyal medya kanallarında performans beklentisinin Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>7a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

## 2.8. Sosyal Medyada Sürü Davranışı

Bireyler özgür kararlar alırken genellikle birbirlerini taklit etmektedirler. Sürü davranışı bireylerde mevcut iki karakteristik özellikle ilişkilidir. Bunlar kendi bilgilerini küçümseme ve başkalarını taklit etme şeklindedir. Bireyler belirsiz koşullarla veya eksik bilgiye sahip olduğu durumlarda kendi bildiklerini geri plana atarak başkalarının davranışlarını sergilemektedir (Banerjee, 1992, s. 799; Shen, Zhang, & Zhao, 2016, s. 3). Sürü davranışı olarak adlandırılan bu eylem tüketicilerin satın alma kararlarına etkilemektedir (Can, 2017; Mattke, Maier, Reis, ve Weitzel, 2020; Munawar, Hassanein, ve Head, 2017).

- H<sub>8</sub>: Sosyal medya kanallarında sürü davranışının Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>8a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

## 2.9. Dürtüsel Satın Alma

Tüketicilerin kendiliğinden, düşünmeden anında satın alma eğilimleri dürtüsel satın alma olarak tanımlanmaktadır. Dürtüsel satın alma faktörünü etkileyen koşullar; kişisel faktörler, işletmenin sahip olduğu çevresel faktörler, ürünle ilgili faktörler olarak gruplandırılır. Kişisel faktörler bilinçsizce gelecekte doğacak sonuçları düşünmeden aniden hareket etme hissiyatıdır. İşletmenin sahip olduğu çevresel faktörler ise ürüne yönelik teşvik ve ikna çabaları, düşük fiyat, görsel uyaranlardır. Ürünle ilgili faktörler ise ürün satın alındıktan sonra fark edilen faydalardır (Dittmar, 2005, s. 474; Rook ve Fisher, 1995, ss. 305-306). Yapılan çalışmalar nevroitiklik kavramı ile dürtüsel satın alma eğiliminin pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermektedir. Kısaca tüketicilerin duygusal dengesiz, huzursuz, sinirli, üzgün ve kaygılı olduğu zamanlarda dürtüsel satın alma davranışı sergileme ihtimalleri yüksektir (Badgaiyan ve Verma, 2014, s. 538).

- H<sub>9</sub>: Sosyal medya kanallarında dürtüsel satın almanın Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- H<sub>9a</sub>: Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

## 2.10. Tüketici Satın Alma Tutumu

Tüketicilerin reklamları değerlendirmesine yönelik yapılan çalışmaların birçoğunda tutum ölçekleri kullanılmıştır. Pazarlama alanında tutumların satın alma eğiliminin ve tüketicilerin zihninde şekillenen marka imajının koşulu olması sebebiyle bu alanda yapılan çalışmalar

tüketicilerin reklamlara karşı olumlu veya olumsuz hislerini ölçebilmek adına yapılmıştır (Belch, Belch, & Guolla, 2002, s. 64).

- $H_{10}$ : Sosyal medya reklamlarının Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
- $H_{10a}$ : Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

## 2. Araştırma ve Metodoloji

Kademeli şekilde literatüre bakılarak ilk önce genel kapsamda tüketicilerin satın alma tutumlarını etkileyen çalışmalar incelenmiştir. Sonraki aşamada sosyal medya kanallarında tüketicilerin satın alma tutumlarını inceleyen çalışmalar ve kuşaklar baz alınarak hazırlanan çalışmalar incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda sosyal medya platformlarında tüketicilerin satın alma tutumunu inceleyen tüm faktörler belirlenmiştir. Son olarak çalışmada kullanılacak faktör ve ölçekler belirlenerek araştırma modeli oluşturulmuştur.

### 3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Bu çalışmanın temel problemlerini “Sosyal medya platformlarında tüketicilerin satın alma tutumlarını etkileyen unsurlar nelerdir? Kuşak unsurunun tüketicilerin satın alma tutumlarında etkisi var mıdır? Var ise bu etki kuşaklar arasında farklılık gösterir mi?” soruları oluşturulmaktadır. Bu problemler neticesinde çalışmanın amacı, sosyal medya kanallarında reklamı yapılan ürün veya hizmetlerin Y ve Z kuşakları baz alınarak satın alma tutumlarında farklılık olup olmadığını incelemektir.

### 3.2. Araştırmanın Ana Kütlesi Örneklem Hacmi Türü ve Yöntemi

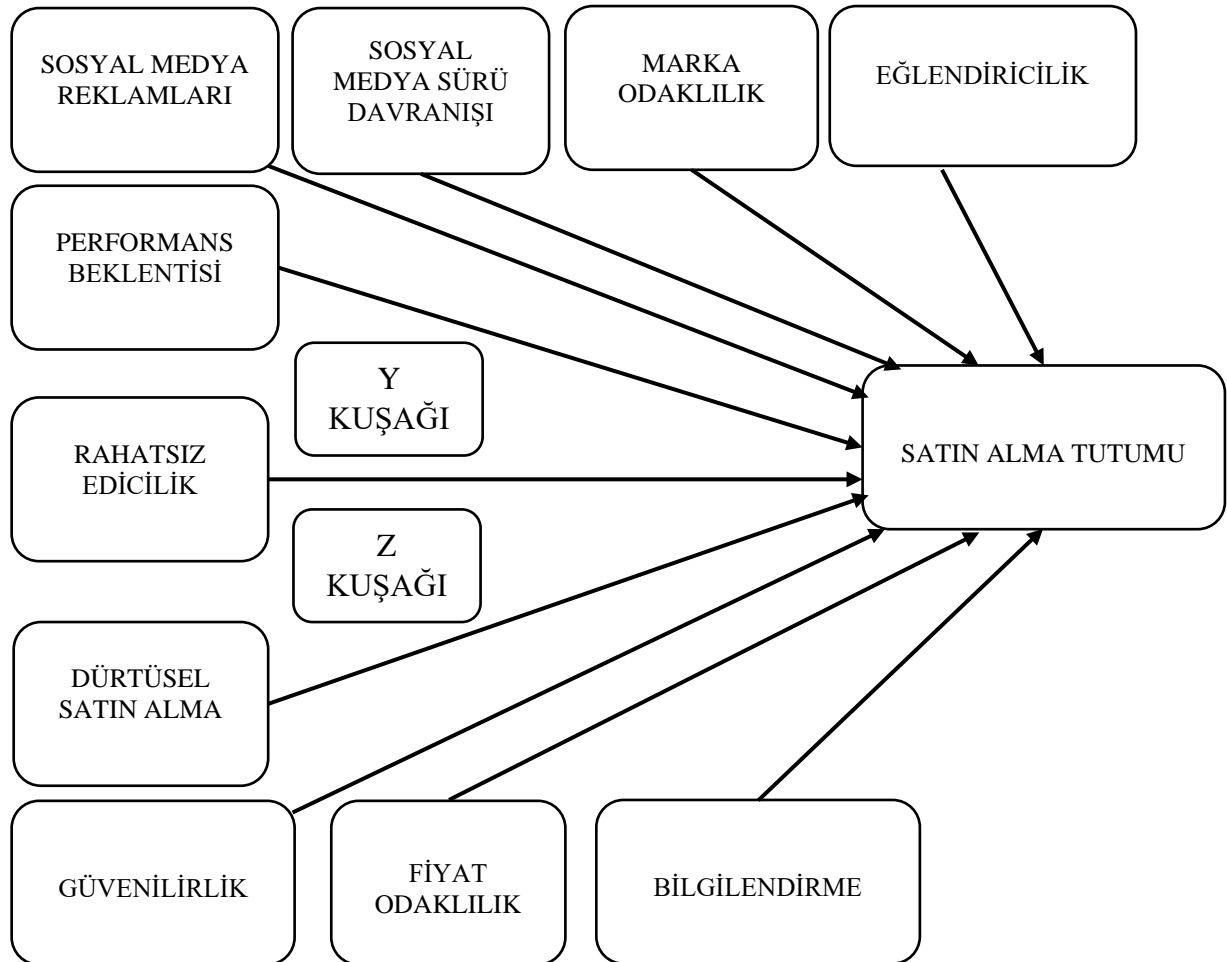
Araştırmanın ana kütlesini Türkiye’de yaşayan sosyal medya kullanıcısı 1977- 1995 yılları arasında doğan Y kuşağı bireyleri ve 1996-2015 yılları arasında doğan Z kuşağı bireyleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışmada örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Yapısal eşitlik modellerinde örneklem hacmi belirlenirken N: q kuralından faydalanılması daha uygun görülmektedir. Bu kuralda N örneklem büyüklüğünü, q ise değişken sayısını göstermektedir. Bu kural için önerilen oran ise 20:1 olmasına rağmen 10:1 oranı da ideal örneklem büyüklüğünü göstermektedir (Kline, 2015, s. 16). Bu çalışmada Y ve Z kuşakları için 20:1 oranına uygun yeterli örneklem hacmi sağlanmıştır.

Maliyet ve zaman kısıtı nedeniyle katılımcılara yüz yüze anket ve online anket araçlarıyla toplamda 500 anket uygulanmıştır. Regresyon analizleri aykırı değerlere karşı hassas ve analiz sonuçlarına etki edebilmektedir. Bu veri setindeki 5 adet aykırı değer mahalanobis distance analizi ile belirlenmiş ve çıkarılmıştır. Mahalanobis analizi çok değişkenli aykırı değerleri tespit etmek amacıyla kullanılmaktadır (Penny, 1996, s. 73). Sonuç olarak aykırı değerlerin veri setinden çıkarılmasıyla 495 geçerli anket ile analizler yapılmıştır. Katılımcıların 235 tanesi Y kuşağı olup, 260 tanesi de Z kuşağı bireylerinden oluşmaktadır.

### 3.3. Araştırmanın Modeli

Araştırma modelinde kullanılan değişkenler literatür taraması yapılarak belirlenmiştir. Bu durumda araştırma için oluşturulan model Şekil 3.1’de gösterilmiştir.



Şekil 3.1. Analiz Öncesi Araştırma Modeli

Modele göre sosyal medya kanallarında kuşakların satın alma tutumunda, reklamların bilgilendirme, rahatsız ediciliği, güvenilirliği ve eğlendiriciliği etkilidir. Ayrıca kuşaklar satın alma tutumu sergilerken marka ve fiyat odaklı oldukları öne sürülmektedir. Aynı zamanda kuşakların satın alma tutumlarını sosyal medya reklamları, reklamın performansı, sürü davranışları ve dürtüsel satın almanın etkilediği varsayılmaktadır. Bu modelde tüm bu etkiler incelenerek sosyal medya kanallarında iki kuşak arasında satın alma tutumu sergilenirken farklılık olup olmadığı analiz edilecektir.

### 3.4. Ölçekler

Araştırmada 5’li likert (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle katılıyorum) ölçeği kullanılmıştır.

Ölçek	Soru Sayısı	Alınan Çalışma
Sosyal Medya Reklamları	3	Sharma vd., (2018)
Sosyal Medyada Sürü Davranışı	5	(Lee ve Hong, 2016)
Rahatsız Edicilik-Güvenirlik-Eğlendiricilik	4-4-5	(King, Reid, & Soh, (2009) ve Cheng, Blankson, Wang, & Chen (2009) çalışmalarından faydalanılarak Sabuncuoğlu & Gülay (2016)’ın çalışmasıyla Türkçe ‘ye uyarlanmıştır.
Performans Beklentisi	5	Venkatesh, Thong & Xu (2012)
Marka Odaklılık, Fiyat Odaklılık	5-3	Sprotles & Kendall (1986) tarafından çalışmadan alınarak Dursun, Alınçık, ve Kabadayı (2013)’nın çalışmasıyla Türkçe’ ye uyarlanmıştır.
Dürtüsel Satın Alma	5	Rook & Fisher, (1995)
Satın Alma Tutumu	3	Bock, Lee, Kuan, & Kim (2012)
Bilgilendirme Faktörü	7	Yemez (2016)

## 4. Araştırmanın Bulguları

### 4.1. Faktör Analizi ve Güvenirlik

Bu çalışmada kullanılan ölçekler literatürde kullanılmış ve güvenilirliği, geçerliliği test edilmiş hazır ölçekler olması nedeniyle SPSS üzerinden faktör analizi sonrası AMOS' da doğrulayıcı faktör analizi ile ölçeklerin güvenirliliği ve geçerliliği teyit edilmiştir. Verilerin faktör analizine uygunluğunu test etmek için ise Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett Küresellik testleri yapılmıştır.

Ölçeklerin KMO ve Barlett test sonuçları, faktör yükleri, Cronbach Alpha değerleri Tablo 4.1'de gösterilmiştir.

**Tablo 4.1 Faktör Analizi ve Güvenirlik Sonuçları**

Faktör	Sorular	Açıklanan Varyans Oranı	Faktör Yükleri	Cronbach Alpha	KMO	P (anlamlılık)
Sosyal Medya Reklamları	SMR1	43,46	0,557	0,341	0,553	(p<0,001)
	SMR2		0,719			
	SMR3		0,690			
Sosyal Medyada Sürü Davranışı	SMSD1	81,94	0,891	0,889	0,744	(p<0,001)
	SMSD2		0,917			
	SMSD3		0,908			
Rahatsız Edicilik	RA1	53,69	0,884	0,863	0,683	(p<0,001)
	RA2		0,848			
	RA3		0,812			
	RA4		0,81			
Güvenirlik	GÜV1	69,11	0,844	0,885	0,849	(p<0,001)
	GÜV2		0,753			
	GÜV3		0,863			
	GÜV4		0,861			
Eğlendiricilik	EĞLEN1	64,35	0,812	0,861	0,857	(p<0,001)
	EĞLEN2		0,801			
	EĞLEN3		0,823			
	EĞLEN4		0,765			
	EĞLEN5		0,808			
Performans Beklentisi	PER1	63,36	0,777	0,885	0,850	(p<0,001)
	PER2		0,736			
	PER3		0,863			
	PER4		0,819			
	PER5		0,779			
	MAO1	59,96	0,783	0,809	0,805	(p<0,001)

Marka						
Odaklılık	MAO2					
	MAO3					
	MAO4					
	MAO5					
	DÜRS1	66,15	0,811	0,870	0,827	(p<0,001)
Dürtüsel Satın Alma	DÜRS2					
	DÜRS3					
	DÜRS4					
	DÜRS5					
	FİO1	44,89	0,740	0,384	0,556	(p<0,001)
Fiyat Odaklılık	FİO2					
	FİO3					
	BİL1	56,92	0,786	0,873	0,878	(p<0,001)
Bilgilendirme	BİL2					
	BİL3					
	BİL4					
	BİL5					
	BİL6					
	BİL7					
	SATIN1	59,96	0,811	0,808	0,700	(p<0,001)
Satın Alma Tutumu	SATIN2					
	SATIN3					

Faktörlere ait KMO ve Bartlett testi sonuçları incelendiğinde KMO değerinin 0,554 ile 0,879 aralığında elde edilmiş ve Bartlett küresellik testi değerlerinin p değerleri ise anlamlı olduğu tespit edilmiştir (p<0,001). KMO ve Bartlett testi sonuçlarına göre örneklemin faktör analizi için yeterli olduğu sonucuna varılmıştır.

#### 4.2. Güvenirlilik ve Faktör Analizi Sonrasında Yenilenen Hipotezler ve Araştırma Modeli

Yapılan faktör analizi ve güvenirlilik testi sonucunda sosyal medya reklamları değişkenin cronbach's alfa katsayısı 0,341 güvenilir olmadığından dolayı araştırma modelinden çıkarılmıştır. Ayrıca fiyat odaklılık faktörünün de cronbach's alfa katsayısı 0,384 olduğundan araştırma modelinden çıkarılmıştır. Bu durumda çalışmanın hipotez ve modeli yenilenmiştir. Yenilenen hipotezler Tablo 4.11'te gösterilmiştir.

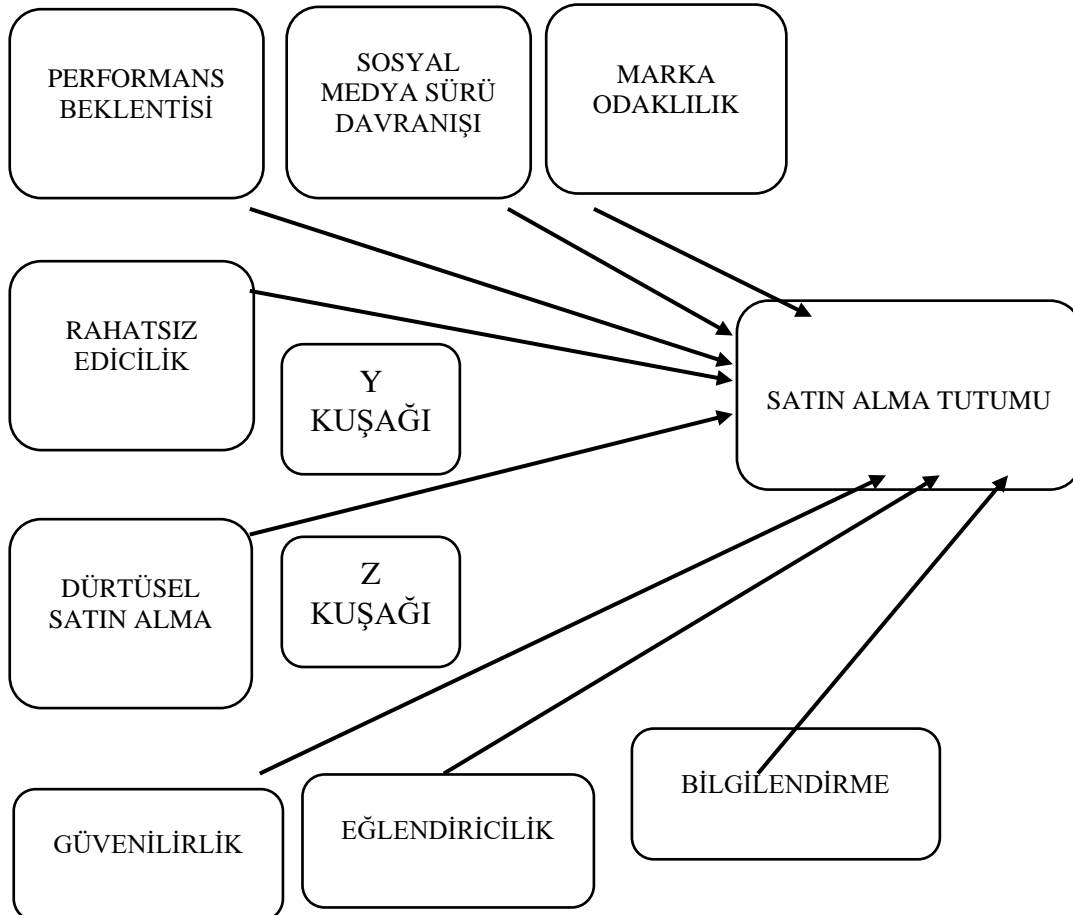
**Tablo 4.11 Yenilenen Hipotezler**

H <sub>1</sub>	Sosyal medya kanallarında reklamların bilgilendiriciliği Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
H <sub>1a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.
H <sub>2</sub>	Sosyal medya kanallarında reklamların eğlendiriciliği Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.



H <sub>2a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.
H <sub>3</sub>	Sosyal medya kanallarında reklamların rahatsız ediciliğinin Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
H <sub>3a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.
H <sub>4</sub>	Sosyal medya kanallarında reklamlara güvenilirliğin Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
H <sub>4a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.
H <sub>5</sub>	Sosyal medya kanallarında marka odaklılığın Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
H <sub>5a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.
H <sub>6</sub>	Sosyal medya kanallarında performans beklentisinin Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
H <sub>6a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.
H <sub>7</sub>	Sosyal medya kanallarında sürü davranışının Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
H <sub>7a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.
H <sub>8</sub>	Sosyal medya kanallarında dürtüsel satın almanın Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumuna anlamlı bir etkisi vardır.
H <sub>8a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Faktör ve güvenilirlik analizleri sonucu yenilenen araştırma modeli Şekil 4.1’de gösterilmiştir.



## Şekil 4.1 Yenilenen Araştırma Modeli

### 4.3. Korelasyon Analizi Sonuçları

Çalışmada doğrulayıcı faktör analizi, düzenleyici etki analizi ve hipotezlerin test edilmesine geçilmeden önce, satın alma tutumu ile diğer değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla pearson korelasyon analizi yapılmıştır.

Analizin sonuçları Tablo 4.12’de gösterilmektedir.

**Tablo 4.12 Korelasyon Sonuçları**

	Sosyal Medyada Sürü Davranışı	Rahatsız Edicilik	Güvenirlik	Eğlendiricilik	Performans Beklentisi	Marka Odaklılık	Dürtüsel Satın Alma	Satın Alma Tutumu
Sosyal Medyada Sürü Davranışı	r = 1							
	p =							
Rahatsız Edicilik	r = -0,165	1						
	p = <0,001							
Güvenirlik	r = 0,332	-0,452	1					
	p = <0,001	<0,001						
Eğlendiricilik	r = 0,482	-0,224	0,405	1				
	p = <0,001	<0,001	<0,001					
Performans Beklentisi	r = 0,467	-0,354	0,547	0,688	1			
	p = <0,001	<0,001	<0,001	<0,001				
Marka Odaklılık	r = 0,455	-0,097	0,399	0,541	0,485	1		
	p = <0,001	<0,05	<0,001	<0,001	<0,001			
Dürtüsel Satın Alma	r = 0,382	-0,055	0,333	0,526	0,435	0,471	1	
	p = <0,001	0,221	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001		
Satın Alma Tutumu	r = 0,442	-0,187	0,361	0,614	0,619	0,486	0,506	1
	p = <0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	
Bilgilendirme Faktörü	r = 0,434	-0,270	0,472	0,726	0,710	0,513	0,465	0,607
	p = <0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001	<0,001

r: Pearson Korelasyon katsayısı

Satın alma tutumu ile sosyal medyada sürü davranışı arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü orta şiddette bir ilişki vardır ( $r=0,442$ ;  $p<0,001$ ). Satın alma tutumu ile rahatsız edicilik arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif yönlü çok zayıf bir ilişki vardır ( $r=-0,187$ ;  $p<0,001$ ). Satın alma tutumu ile güvenilirlik arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif yönlü zayıf bir ilişki vardır ( $r=0,361$ ;  $p<0,001$ ). Satın alma tutumu ile eğlendiricilik arasında istatistiksel olarak

anlamli pozitif yönlü yüksek bir ilişki vardır ( $r=0,614$ ;  $p<0,001$ ). Satın alma tutumu ile performans beklentisi arasında istatistiksel olarak anlamli pozitif yönlü yüksek bir ilişki vardır ( $r=0,619$ ;  $p<0,001$ ). Satın alma tutumu ile marka odaklılık arasında istatistiksel olarak anlamli pozitif yönlü orta şiddette bir ilişki vardır ( $r=0,486$ ;  $p<0,001$ ).

Satın alma tutumu ile dürtüsel satın alma arasında istatistiksel olarak anlamli pozitif yönlü orta şiddette bir ilişki vardır ( $r=0,506$ ;  $p<0,001$ ). Satın alma tutumu ile bilgilendirme faktörü arasında istatistiksel olarak anlamli pozitif yönlü yüksek şiddette bir ilişki vardır ( $r=0,607$ ;  $p<0,001$ ).

#### 4.4. Değişkenlere ve Modele İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 4.13'te gösterilmiştir.

**Tablo 4.13 Değişkenlere Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi İstatistikleri**

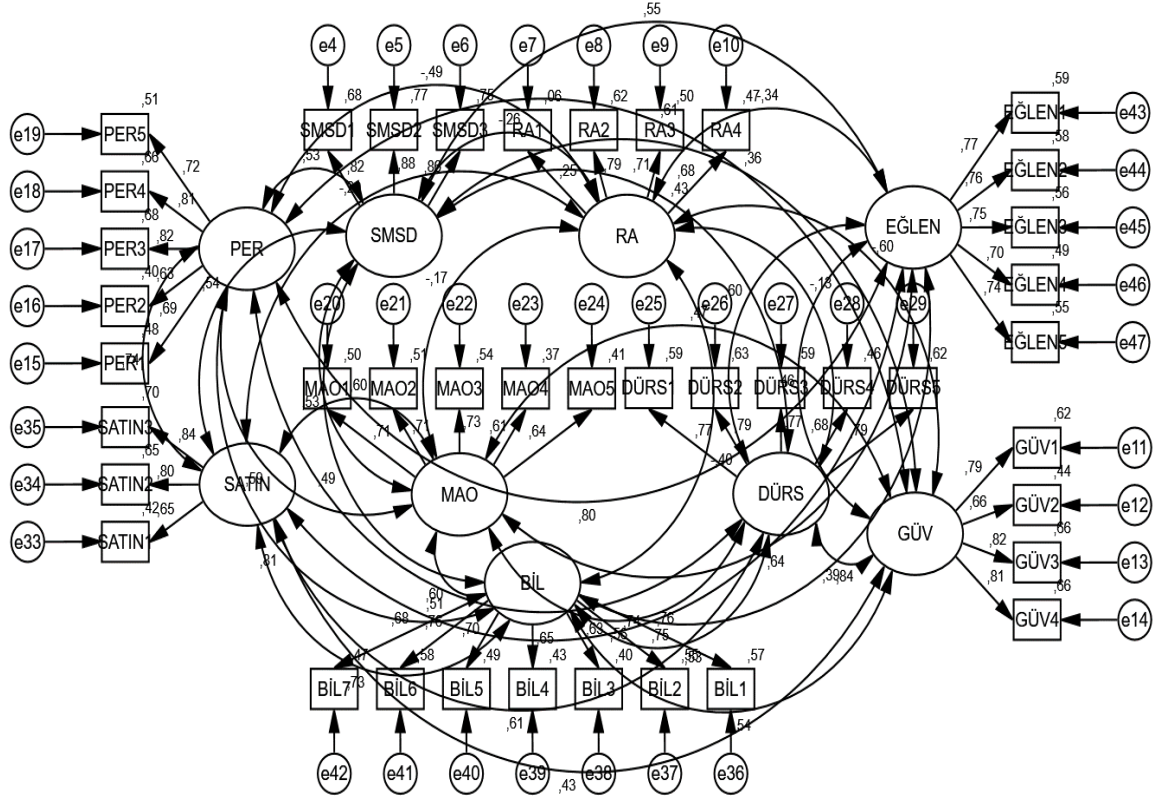
			$\beta_1$	$\beta_2$	S. hata	Test ist.	P
SMSD1	<---	SMSD	0,822	1,000			
SMSD2	<---	SMSD	0,878	1,042	0,047	22,271	<0,001
SMSD3	<---	SMSD	0,864	0,995	0,045	21,918	<0,001
RA1	<---	RA	0,247	1,000			
RA2	<---	RA	0,786	3,04	0,616	4,933	<0,001
RA3	<---	RA	0,710	2,867	0,586	4,892	<0,001
RA4	<---	RA	0,684	2,249	0,462	4,873	<0,001
GÜV1	<---	GÜV	0,787	1,000			
GÜV2	<---	GÜV	0,665	0,872	0,059	14,816	<0,001
GÜV3	<---	GÜV	0,815	1,032	0,055	18,637	<0,001
GÜV4	<---	GÜV	0,810	0,992	0,054	18,514	<0,001
PER1	<---	PER	0,691	1,000			
PER2	<---	PER	0,635	0,849	0,065	13,059	<0,001
PER3	<---	PER	0,823	1,316	0,079	16,572	<0,001
PER4	<---	PER	0,810	1,223	0,075	16,345	<0,001
PER5	<---	PER	0,717	1,100	0,075	14,631	<0,001
MAO1	<---	MAO	0,708	1,000			
MAO2	<---	MAO	0,711	1,059	0,076	13,952	<0,001
MAO3	<---	MAO	0,734	1,026	0,072	14,346	<0,001

MAO4	<---	MAO	0,611	0,904	0,074	12,156	<0,001
MAO5	<---	MAO	0,638	0,872	0,069	12,645	<0,001
DÜRS1	<---	DÜRS	0,768	1,000			
DÜRS2	<---	DÜRS	0,793	0,947	0,053	17,796	<0,001
DÜRS3	<---	DÜRS	0,770	1,031	0,06	17,236	<0,001
DÜRS4	<---	DÜRS	0,681	0,961	0,064	15,04	<0,001
DÜRS5	<---	DÜRS	0,787	1,110	0,063	17,665	<0,001
SATIN1	<---	SATIN	0,646	1,000			
SATIN2	<---	SATIN	0,803	1,232	0,085	14,408	<0,001
SATIN3	<---	SATIN	0,838	1,293	0,088	14,773	<0,001
BİL1	<---	BİL	0,756	1,000			
BİL2	<---	BİL	0,740	0,959	0,058	16,591	<0,001
BİL3	<---	BİL	0,634	0,819	0,059	14,002	<0,001
BİL4	<---	BİL	0,652	0,775	0,054	14,444	<0,001
BİL5	<---	BİL	0,701	0,823	0,053	15,634	<0,001
BİL6	<---	BİL	0,760	0,964	0,056	17,084	<0,001
BİL7	<---	BİL	0,683	0,795	0,052	15,19	<0,001
EĞLEN1	<---	EĞLEN	0,767	1,000			
EĞLEN2	<---	EĞLEN	0,765	1,019	0,059	17,417	<0,001
EĞLEN3	<---	EĞLEN	0,747	1,004	0,059	16,956	<0,001
EĞLEN4	<---	EĞLEN	0,701	0,941	0,06	15,782	<0,001
EĞLEN5	<---	EĞLEN	0,742	1,003	0,06	16,841	<0,001

$\beta_1$ : Standartlaştırılmış yol katsayısı,  $\beta_2$ : Standartlaştırılmamış yol katsayısı

Doğrulamalı faktör analizi sonucunda modele ilişkin uyum kriterleri incelenmiş ve CMIN=1637,135, DF=743 CMIN/DF=2,203  $p<0,001$ , RMSEA=0,49, CFI=0,917, GFI=0,854, TLI=0,909, AGFI=0,831 olarak elde edilmiştir.

Şekil 4.2 'de DFA Sonucu Standartlaştırılmış Yol Katsayıları gösterilmektedir.



CMIN=1637,135; DF=743; CMIN/DF=2,203; p=,000; RMSEA=,049; CFI=,917; GFI=,854; TLI=,909; AGFI=,831

### Şekil 4.2 Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Tablo 4.14'te geçerlilik analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4.14 Geçerlilik Analizi Sonuçları

	CR	AVE	MSV
SMSD	0,842	0,632	0,249
RA	0,857	0,710	0,412
GUV	0,901	0,718	0,416
EĞLEN	0,824	0,629	0,224
PER	0,869	0,605	0,347
MAO	0,902	0,703	0,319
DURS	0,846	0,623	0,433
BİL	0,906	0,724	0,408
SATIN	0,903	0,708	0,404

Bu çalışmada kullanılan ölçekler daha önceki araştırmalar ile geçerliliği ortaya konmuş ölçekler olması dolayısıyla keşfedici faktör analizi yapılmayarak, doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal ve faktör geçerliliğine dair kanıtlar rapor edilmiştir.

Sonuç olarak literatürde kabul gören uyum değerleri elde edilerek modelin geçerliliği ortaya konulmuştur (Gürbüz, 2019, s. 51).

#### 4.5. Sosyal Medya Kanallarında Kuşakların Satın Alma Tutumuna Etki Eden Faktörlerin İncelenmesi

Bu bölümde gözlenen değerlerle yol analizi yapılarak çalışmaya dahil olan tüm katılımcıların (Y ve Z kuşağı bireylerinin) sosyal medya kanallarında satın alma tutumlarına etki eden değişkenler incelenmiştir. Bu hususta oluşturulan regresyon modelinin analiz sonuçları Tablo 4.15'te gösterilmiştir.

**Tablo 4.15 Satın Alma Tutumu Üzerine Diğer Faktörlerin Etkisinin İncelenmesi**

			$\beta_1$	$\beta_2$	S. Hata	Test ist.	P	R <sup>2</sup>
SATIN	<---	SMSD	0,080	0,061	0,029	2,110	<b>0,035</b>	
SATIN	<---	RA	-0,004	-0,005	0,041	-0,112	0,911	
SATIN	<---	GÜV	-0,047	-0,057	0,050	-1,141	0,254	
SATIN	<---	PER	0,261	0,274	0,054	5,086	<b>&lt;0,001</b>	0,503
SATIN	<---	MAO	0,089	0,096	0,044	2,161	<b>0,031</b>	
SATIN	<---	DÜRS	0,179	0,164	0,036	4,541	<b>&lt;0,001</b>	
SATIN	<---	BİL	0,171	0,197	0,059	3,342	<b>&lt;0,001</b>	
SATIN	<---	EĞLEN	0,146	0,142	0,051	2,80	<b>0,005</b>	

$\beta_1$ : Standartlaştırılmış yol katsayısı,  $\beta_2$ : Standartlaştırılmamış yol katsayısı

Oluşturulan modelin uyum değerlerine bakılınca CMIN=4,692 DF=2 CMIN/DF=2,346 p=0,096, RMSEA=0,52, CFI=0,999, GFI=0,998, NFI=0,998 TLI=0,976 modelin mükemmel uyum gösterdiği görülmektedir.

Sosyal medyada sürü davranışı faktörü Y ve Z kuşağı bireyleri satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısıdır ( $\beta=0,061$ ; p=0,035). Rahatsız edicilik faktörü Y ve Z kuşağı bireyleri satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısı değildir ( $\beta=-0,005$ ; p=0,911). Güvenirlik faktörü Y ve Z kuşağı bireyleri satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısı değildir ( $\beta=-0,057$ ; p=0,254). Eğlendiricilik faktörü Y ve Z kuşağı bireyleri satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısıdır ( $\beta=0,142$ ; p=0,005). Performans beklentisi faktörü Y ve Z kuşağı bireyleri satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısıdır ( $\beta=0,274$ ; p<0,001).

Marka odaklılık faktörü Y ve Z kuşağı bireyleri satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısıdır ( $\beta=0,096$ ; p=0,031). Dürtüsel satın alma faktörü Y ve Z kuşağı bireyleri satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısıdır ( $\beta=0,164$ ;

$p < 0,001$ ). Bilgilendirme faktörü Y ve Z kuşağı bireyleri satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı bir yordayıcısıdır ( $\beta = 0,197$ ;  $p < 0,001$ ).

#### 4.6. Düzenleyici Etki Analizi ile Sosyal Medya Pazarlamasında Y ve Z Kuşağının Satın Alma Tutum Farklılıklarının İncelenmesi

Bu bölümde sosyal medya kanallarında Y ve Z kuşağının satın alma tutumlarındaki farklılıkları incelemek amacıyla yapısal eşitlik modeli kullanılarak çoklu grupla düzenleyici etki analizi yapılacaktır. Çoklu grupla düzenleyici etki analizi, düzenleyici değişkenin kategorik olduğu modellerde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkene etkilerinin gruplar arasında aynı olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılır. Bu analiz için AMOS' da YEM temelli regresyon modeli oluşturulur. Farklılıklar için kritik değerlere (Z) bakılarak anlamlı bir farklılık olup olmadığı yorumlanır. Yorumlama yapılırken ( $p < 0,05$ ) anlamlılık düzeyinde Z değerinin  $\pm 1,96$ 'dan büyük olması durumunda iki grup arasında anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna varılır (Gürbüz, 2019, s. 159).

Düzenleyici etki analizinin sonuçları Tablo 4.16'da gösterilmiştir.

**Tablo 4.16 Düzenleyici Etki Analizi Sonuçları**

		Y Kuşağı					Z Kuşağı					Z-Scor e		
		$\beta^1$	$\beta^2$	S. hata	Test ist.	P	R <sup>2</sup>	$\beta^1$	$\beta^2$	S. hat a	Tes t ist.	P	R <sup>2</sup>	Z-Scor e
SATIN	<--- SMSD	0,087	0,068	0,044	1,564	0,118		0,071	0,052	0,038	1,366	0,172		-0,271
SATIN	<--- RA	-0,117	-0,138	0,061	-2,28	<b>0,023</b>		0,107	0,112	0,055	2,037	<b>0,042</b>		<b>3,057</b>
SATIN	<--- GÜV	-0,105	-0,128	0,071	-1,796	0,073		0,000	0,000	0,069	0,002	0,999		1,290
SATIN	<--- PER	0,249	0,263	0,082	3,22	<b>0,001</b>	0,54	0,275	0,287	0,071	4,041	<b>&lt;0,001</b>	0,47	0,218
SATIN	<--- MAO	0,153	0,161	0,068	2,358	<b>0,018</b>		0,051	0,056	0,058	0,965	0,334		-1,170
SATIN	<--- DÜRS	0,211	0,193	0,053	3,646	<b>&lt;0,001</b>		0,125	0,115	0,005	2,312	<b>0,021</b>		-1,078
SATIN	<--- BİL	0,129	0,148	0,085	1,737	0,082		0,204	0,235	0,080	2,926	<b>0,003</b>		0,748
SATIN	<--- EĞLEN	0,121	0,119	0,079	1,505	0,132		0,182	0,175	0,066	2,663	<b>0,008</b>		0,544

$\beta_1$ : Standartlaştırılmış yol katsayısı,  $\beta_2$ : Standartlaştırılmamış yol katsayısı

Oluşturulan modelin uyum değerlerine bakılınca  $CMIN=5,057$ ,  $p=0,282$ ,  $DF=4$   $CMIN/DF=1,264$ ,  $RMSEA=0,023$ ,  $CFI=0,999$ ,  $GFI=0,998$ ,  $NFI=0,998$ ,  $TLI=0,991$  modelin mükemmel uyum gösterdiği görülmektedir.

Y kuşağında sosyal medyada sürü davranışı faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısı değildir ( $\beta=0,068$ ;  $p=0,118$ ). Z kuşağında da sosyal medyada sürü davranışı faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısı değildir ( $\beta=0,052$ ;  $p=0,172$ ). Y kuşağında rahatsız edicilik faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=-0,138$ ;  $p=0,023$ ). Z kuşağında da rahatsız edicilik faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=0,112$ ;  $p=0,042$ ).

Y kuşağında güvenilirlik faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısı değildir ( $\beta=-0,128$ ;  $p=0,073$ ). Z kuşağında da güvenilirlik faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısı değildir ( $\beta=0,000$ ;  $p=0,999$ ). Y kuşağında eğlendiricilik faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısı değildir ( $\beta=0,119$ ;  $p=0,132$ ). Z kuşağında ise eğlendiricilik faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=0,175$ ;  $p=0,008$ ).

Y kuşağında performans beklentisi faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=0,263$ ;  $p<0,001$ ). Z kuşağında da performans beklentisi faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=0,287$ ;  $p<0,001$ ). Y kuşağında marka odaklılık faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=0,161$ ;  $p=0,018$ ). Z kuşağında ise marka odaklılık faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısı değildir ( $\beta=0,056$ ;  $p=0,334$ ).

Y kuşağında dürtüsel satın alma faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=0,193$ ;  $p<0,001$ ). Z kuşağında da dürtüsel satın alma faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=0,115$ ;  $p=0,021$ ). Y kuşağında bilgilendirme faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısı değildir ( $\beta=0,148$ ;  $p=0,082$ ). Z kuşağında ise bilgilendirme faktörü satın alma tutumunun istatistiksel olarak anlamlı yordayıcısıdır ( $\beta=0,235$ ;  $p=0,003$ ).

#### 4.7. Hipotez Testleri

Yapılan analizler sonrası hipotez testleri Tablo 4.17'de gösterilmiştir.



**Tablo 4.17 Hipotez Testleri**

Hipotez	Yapısal İlişki	Desteklenme Durumu
H <sub>1</sub>	Satın Alma Tutumu<--- Bilgilendirme	<b>Desteklendi</b>
H <sub>1a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Desteklenmedi
H <sub>2</sub>	Satın Alma Tutumu<--- Eğlendiricilik	<b>Desteklendi</b>
H <sub>2a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Desteklenmedi
H <sub>3</sub>	Satın Alma Tutumu<--- Rahatsız Edicilik	Desteklenmedi
H <sub>3a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.	<b>Desteklendi</b>
H <sub>4</sub>	Satın Alma Tutumu<--- Güvenirlilik	Desteklenmedi
H <sub>4a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Desteklenmedi
H <sub>5</sub>	Satın Alma Tutumu<--- Marka Odaklılık	<b>Desteklendi</b>
H <sub>5a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Desteklenmedi
H <sub>6</sub>	Satın Alma Tutumu<---Performans Beklentisi	<b>Desteklendi</b>
H <sub>6a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Desteklenmedi
H <sub>7</sub>	Satın Alma Tutumu<--- Sosyal Medyada Sürü Davranışı	<b>Desteklendi</b>
H <sub>7a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Desteklenmedi
H <sub>8</sub>	Satın Alma Tutumu<--- Dürtüsel Satın Alma	<b>Desteklendi</b>
H <sub>8a</sub>	Bu etki kuşaklara göre anlamlı bir farklılık gösterir.	Desteklenmedi

Yol analizi sonucuyla H<sub>6</sub>, H<sub>8</sub> ve H<sub>1</sub> hipotezleri ( $p<0,001$ ) anlamlılık düzeyinde, H<sub>5</sub>, H<sub>7</sub> ve H<sub>2</sub> hipotezleri ( $p<0,05$ ) anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

H<sub>3</sub> ve H<sub>4</sub> hipotezleri istatistiksel açıdan anlamlı bulunmadığından Y ve Z kuşağı bireylerinin sosyal medya kanallarında reklamların güvenirlilik ve rahatsız ediciliğinin satın alma tutumlarında anlamlı bir etkisi olmadığı bulunmuştur. Çoklu düzenleyici etki analiziyle H<sub>3a</sub> hipotezi ( $p<0,05$ ) anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

## 5. Sonuç

İşletmeler pazarlama stratejilerini doğru belirleyebilmesi için sosyal medya kanallarını en yaygın kullanan Y ve Z kuşağı bireylerinin taleplerini, satın alma tutumlarını analiz ederek ilerleme kaydetmelidir. Bu ilerleyiş şekli işletmelerin satışlarında büyük farklar yaratacaktır (Muralidhar & Raja, 2019, s. 164).

Y kuşağı bireylerinin reklam ve pazarlama stratejilerini rahatsız edici bulduğu bu durumda marka ve işletmelere olumsuz yansımaları olduğu görülmektedir (Şener & Yücel, 2020, s. 278). Y ve Z kuşağı bireylerinin Instagram’da satın alma davranışlarını inceleyen İnce ve Bozyiğit (2018) çalışmasında Y kuşağında reklamların güvenilirlik ve bilgilendirme faktörlerinin satın almaya bir etkisi olmadığı bulunmuştur. Z kuşağında ise reklamların eğlendiriciliği ve bilgilendirmesinin satın almaya olumlu etkileri olduğu görülmüştür. Kavalcı & Ünal (2016) işletmelerin Z kuşağına yönelik pazarlama faaliyetlerinde eğlence odaklılığa önem verilmesi gerektiğini tavsiye etmişlerdir.

Bu çalışmanın sonucunda ise kuşakların marka odaklı olduğunu fiyat kalite beklentisiyle satın alma tutumlarının olumlu etkilendiğini söyleyebiliriz. Ayrıca kuşakların sosyal medya kanallarında sürü davranışıyla hareket etmeleri, performans beklentilerinin karşılanması ve dürtüsel satın alma sergilemeleri de satın alma tutumlarına pozitif etki etmektedir. Bu etkenlerin yanı sıra kuşaklar reklamları bilgilendirici ve eğlendirici bulmaları durumunda satın alma tutumlarının olumlu yönde etkilendiği sonucuna varılmıştır. Ana hipotezlerden H<sub>4</sub> ve H<sub>6</sub> hipotezleri sonucunda kuşakların reklamların rahatsız ediciliği ve güvenilirliği açısından satın alma tutumlarının etkilenmediği bulunmuştur. Fakat alt hipotezlerin testi için yapılan çoklu düzenleyici etki analizi ile kuşaklar ayrı ele alınarak satın alma tutumlarına etki eden faktör ve farklılıkların incelenmesi sonucunda reklamların rahatsız ediciliği Y kuşağı bireylerinin satın alma tutumlarını olumsuz etkilediği, Z kuşağı bireylerinin satın alma tutumunu olumlu etkilediği ve oluşan bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur.

Gelecekteki çalışmalara tüketici satın alma kararına yönelik, sosyal medya kullanımı ve reklamlara yönelik birçok boyuttan bağımsız değişkenlerin çeşitlendirilmesi tavsiye edilmektedir. Sosyal medyada influencer ve fenomen kişilerin Y ve Z kuşağı bireylerinde oluşturdukları satın alma tutumu da farklılıklarıyla incelenebilir. Ayrıca satın alma tutumunun satın alma davranışına etkisi de incelenebilir. Bu şekilde tutumların davranışa dönüşmesi konusunda çıkarımlar yapılabilir. Bu çalışmada iki kuşak arasındaki farklılıklar kritik değerler üzerinden ele alınmıştır. Gelecekteki çalışmalarda bu farklılık ki-kare farklılık analizi veya ölçüm denkliği analizleri kullanılarak analiz seçimleri çeşitlendirilebilir.

Sonuç olarak bu çalışma ile sosyal medya kanallarında Y ve Z kuşağı bireylerinin satın alma tutum farklılıkları incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda işletme ve pazarlama yöneticilerinin, iletişimin çok güçlü ve yaygın kullanımın olduğu tüketici gücünün arttığı sosyal medya kanallarında pazarlama stratejilerinin önemini daha da çok arttırmıştır. Bu doğrultuda

marka değeri, imajı ve satış rakamlarının arttırılabilmesi için ciddi çalışmalara girişilmesi beklenmektedir.

## Kaynakça

- Alalwan, A. A. (2018). Investigating The Impact Of Social Media Advertising Features On Customer Purchase Intention. *International Journal of Information Management*, 42, 65-77. doi:https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001
- Alford, B. L., ve Biswas, A. (2002). The effects of discount level, price consciousness and sale proneness on consumers' price perception and behavioral intention. *Journal of Business research*, 55(9), 775-783. doi:https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00214-9
- Alkış, H., ve Karakan, A. (2019). Algılanan Sosyal Medyanın Tüketici Davranışı ve Satın Alma Niyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Arastirmalari Dergisi*, 2(10), 702-718. doi:10.26677/tr1010.2019.267
- Armağan, M. V., Karakulle, İ., & Karademir, Ö. (2017). Sosyal medya kullanan tüketicilerin algıları üzerine bir araştırma: instagram örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1-14.
- Arsenault, P. M. (2004). Validating generational differences: a legitimate diversity and leadership issue. *The Leadership and Organization Development Journal*, 25(1/2), 124-141.
- Badgaiyan, A. J., ve Verma, A. (2014). Intrinsic factors affecting impulsive buying behaviour— Evidence from India. *Journal of retailing and consumer services*, 21(4), 537-549. doi:https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.04.003
- Banerjee, A. V. (1992). A simple model of herd behavior. *The quarterly journal of economics*, 107(3), 797-817. doi:https://doi.org/10.2307/2118364
- Belch, G. E., Belch, M. A., & Guolla, M. (2002). *Advertising & promotion: An integrated marketing communications perspective* (1.bs.). Canada: McGraw-Hill Ryerson.
- Bock, G.-W., Lee, J., Kuan, H.-H., ve Kim, J.-H. (2012). The progression of online trust in the multi-channel retailer context and the role of product uncertainty. *Decision Support Systems*, 53(1), 97-107.
- Can, L. (2017). Sosyal Medya Pazarlaması Kanalı Olarak Instagram da Algılanan Sürü Davranışı ve Satın Alma Niyeti. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*(59), 208-220.
- Chu, S.-C., ve Kamal, S. (2011). An investigation of social media usage, brand consciousness, and purchase intention towards luxury products among Millennials. *Advances in Advertising Research*, 179-190. doi:10.1007/978-3-8349-6854-8\_12
- Deshpandé, R., ve Stayman, D. M. (1994). A tale of two cities: Distinctiveness theory and advertising effectiveness. *Journal of Marketing Research*, 31(1), 57-64. doi:https://doi.org/10.1177/002224379403100105.
- Diker, E. (2021). Tüketicilerin YouTube Reklamlarına Yönelik Tutumlarının Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*. doi:10.18094/josc.818065
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying—a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British journal of psychology*, 96(4), 467-491. doi:https://doi.org/10.1348/000712605X53533
- Do Nam Hung, J. T., Azam, S., ve Khatibi, A. A. (2019). An empirical analysis of perceived transaction convenience, performance expectancy, effort expectancy and behavior

- intention to mobile payment of Cambodian users. *International Journal of Marketing Studies*, 11(4), 77-90. doi:10.5539/ijms.v11n4p77
- Ducoffe, R. H. (1996). Advertising value and advertising on the web. *Journal of advertising research*, 36(5), 21-36.
- Dursun, İ., Alnıaçık, Ü., & Kabadayı, E. T. (2013). Tüketici karar verme tarzları ölçeği: yapısı ve boyutları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 293-304.
- Gabor, A., ve Granger, C. W. (1961). On the price consciousness of consumers. *Journal of the Royal Statistical Society: Series C (Applied Statistics)*, 10(3), 170-188. doi:https://doi.org/10.2307/2985208
- Goldberg, M. E., ve Hartwick, J. (1990). The effects of advertiser reputation and extremity of advertising claim on advertising effectiveness. *Journal of consumer research*, 17(2), 172-179. doi:https://doi.org/10.1086/208547.
- Gümüş, N. (2020). Z Kuşağı tüketicilerin satın alma karar tarzlarının incelenmesi. *Journal of Yaşar University*, 15(58), 381-396.
- Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi* (1.bs.). Ankara: Seçkin.
- Haq, Z. u. (2009). E-mail advertising: A study of consumer attitude toward e-mail advertising among Indian users. *Journal of Retail & Leisure Property*, 8(3), 207.
- İnce, M., & Bozyiğit, S. (2018). Tüketicilerin instagram reklamlarına karşı tutumlarının satın alma davranışları üzerindeki etkisi: y ve z kuşağı üzerine bir araştırma. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(2), 39-56.
- Kavalcı, K., & Sevtap, Ü. (2016). Y ve z kuşaklarının öğrenme stilleri ve tüketici karar verme tarzları açısından karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 1033-1050.
- Kavanoor, S., Grewal, D., ve Blodgett, J. (1997). Ads promoting OTC medications: The effect of ad format and credibility on beliefs, attitudes, and purchase intentions. *Journal of Business research*, 40(3), 219-227.
- Leblebici Koçer, L., ve Özmerdivanlı, H. (2019). Kişiselleştirilmiş Reklamlara Yönelik Tutumları Etkileyen Faktörlerle Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 427-454. doi:10.25294/auibfd.649282.
- Jiri, B. (2016). The Employees of Baby Boomers Generation, Generation X, Generation Y and Generation Z in Selected Czech Corporations as Concoivers of Development and Competitiveness in Their Corporation. *Journal of Competitiveness*, 8(4), 105-123. doi:10.7441/joc.2016.04.07
- Kacen, J. J., ve Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of consumer psychology*, 12(2), 163-176. doi:https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1202\_08
- King, K., Reid, L., & Soh, H. (2009). Measuring trust in advertising: development and validation of the adtrust scale. *Journal of Advertising*, 38(2), 83-103.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. ABD: Guilford publications.
- Le, T. D., & Nguyen, B.-T. H. (2014). Attitudes toward mobile advertising: A study of mobile web display and mobile app display advertising. *Asian academy of management journal*, 19(2), 87.
- Lee, J., & Hong, I. B. (2016). Predicting positive user responses to social media advertising: the roles of emotional appeal, informativeness, and creativity. *International Journal of Information Management*, 36(3), 360-373.
- Liao, J., ve Wang, L. (2009). Face as a mediator of the relationship between material value and brand consciousness. *Psychology & Marketing*, 26(11), 987-1001. doi:https://doi.org/10.1002/mar.20309.

- Logan, K., Bright, L. F., ve Gangadharbatla, H. (2012). Facebook versus television: advertising value perceptions among females. *Journal of Research in Interactive Marketing*.
- Mattke, J., Maier, C., Reis, L., ve Weitzel, T. (2020). Herd behavior in social media: The role of Facebook likes, strength of ties, and expertise. *Information & Management*, 57(8), 103370. doi:<https://doi.org/10.1016/j.im.2020.103370>
- Munawar, M., Hassanein, K., ve Head, M. (2008). Understanding the role of herd behaviour and homophily in social commerce. *Special Interest Group on Human Computer Interaction, (SIGHCI 2017 Proceedings)* 21 Kasım 2021 tarihinde <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=sighci2017> adresinden erişildi.
- Muralidhar, A., & Raja, A. (2019). Understanding the purchase intention characteristics of Gen Y and Gen Z and introspecting the modern demand variables in fashion industry. *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 10(12), 144-170.
- Penny, K. I. (1996). Appropriate critical values when testing for a single multivariate outlier by using the Mahalanobis distance. *Journal of the Royal Statistical Society: Series C (Applied Statistics)*, 45(1), 73-81. doi: <https://doi.org/10.2307/298224>
- Prendergast, G., Liu, P., & Poon, D. T. (2009). A Hong Kong study of advertising credibility. *Journal of Consumer Marketing*, 26(5), 320-329. doi:<https://doi.org/10.1108/07363760910976574>
- Ratten, V. (2015). Factors influencing consumer purchase intention of cloud computing in the United States and Turkey: The role of performance expectancy, ethical awareness and consumer innovation. *EuroMed Journal of Business*, 10(1), 80-97. doi:10.1108/EMJB-02-2014-0007
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of consumer research*, 22(3), 305-313. doi:<https://doi.org/10.1086/209452>
- Rotzoll, K. B., Haefner, J. E., ve Hall, S. R. (1996). *Advertising in contemporary society: Perspectives toward understanding*. Chicago: University of Illinois Press.
- Sabuncuoğlu, A., & Gülay, G. (2016). Sosyal medyada görsel paylaşımından reklamcılığa: instagram reklamlarının genç kullanıcılar üzerine etkisine dair bir araştırma. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7(15).
- Saxena, A., & Khanna, U. (2013). Advertising on social network sites: A structural equation modelling approach. *Vision*, 17(1), 17-25. doi:<https://doi.org/10.1177/0972262912469560>
- Sharma, B. K., Mishra, S., & Arora, L. (2018). Does social medium influence impulse buying of indian buyers? *Journal of Management Research*, 18(1), 27-36.
- Shen, X. L., Zhang, K. Z., & Zhao, S. J. (2016). Herd behavior in consumers' adoption of online reviews. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(11), 2754-2765.
- Shimp, T. A. (1981). Attitude toward the ad as a mediator of consumer brand choice. *Journal of Advertising*, 10(2), 9-48. doi:<https://doi.org/10.1080/00913367.1981.10672756>
- Sinha, I., ve Batra, R. (1999). The effect of consumer price consciousness on private label purchase. *International journal of research in marketing*, 16(3), 237-251. doi:[https://doi.org/10.1016/S0167-8116\(99\)00013-0](https://doi.org/10.1016/S0167-8116(99)00013-0)
- Sprotles, G. B., & Kendall, E. L. (1986). A methodology for profiling consumers' decision-making styles. *Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 267-279.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's Future içinde* (ss. 1584-2069): Quill New York.

- Şener, A., & Yücel, S. (2020). Sosyal medyanın Y Kuşağı satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Bir literatür incelemesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(65), 265-284.
- Taşova, M. (2019). *X ve Y nesillerinin motivasyon faktörleri, bireysel ve iş değerlerinin örgütsel bağlılıklarına etkisi*. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul
- Taylor, D. G., Lewin, J. E., ve Strutton, D. (2011). Friends, fans, and followers: do ads work on social networks?: how gender and age shape receptivity. *Journal of advertising research*, 51(1), 258-275. doi:10.2501/JAR-51-1-258-275
- Tran, T. P. (2017). Personalized ads on Facebook: An effective marketing tool for online marketers. *Journal of retailing and consumer services*, 39, 230-242. doi:https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.06.010.
- Türk Dil Kurumu. (2021, Ekim 14). <https://sozluk.gov.tr/>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y., ve Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.
- Yang, K., Kim, J., ve Kim, Y.-K. (2017). The effect of brand consciousness on interpersonal influences, brand values, and purchase intention: Cases for American and Korean college students. *Journal of Global Fashion Marketing*, 8(2), 83-97. doi:https://doi.org/10.1080/20932685.2016.1274665
- Yapraklı, Ş., ve Mutlu, M. (2020). Sosyal Medyanın İmpulsif Satın Almaya Etkisi. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute*(40), 427-440. doi:10.30794/pausbed.685921
- Ye, L., Bose, M., ve Pelton, L. (2012). Dispelling the collective myth of Chinese consumers: a new generation of brand-conscious individualists. *Journal of Consumer Marketing*, 29(3), 190-201. doi:https://doi.org/10.1108/07363761211221729
- Yemez, İ. (2016). Doğrulayıcı faktör analizi ile sosyal medya reklamlarına yönelik tutum ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi: Cumhuriyet Üniversitesi İİBF’de bir uygulama. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 17(2), 97-118.

# THE IMPLEMENTATION AND LONG-TERM SUSTAINABILITY OF HIGH-PERFORMANCE WORK SYSTEMS: A LITERATURE REVIEW

Burak Nedim AKTAŞ<sup>1</sup>

## Abstract

The implementation and long-term sustainability of high-performance work systems (HPWS) are both examined in this review of the literature. The review emphasizes the value of taking multiple factors into account, including leadership, organizational culture, continuous improvement, employee engagement, and sustainability from HPWS's point of view. In addition, it examines the difficulties organizations face in preserving HPWS over time and how these difficulties can be solved for long-term viability. Researchers interested in understanding the implementation and upkeep of these systems as well as managers and practitioners seeking to implement HPWS in their organizations may find the review to be a valuable resource. More studies are required to improve the comprehension of the long-term sustainability of HPWS since there has not been much research conducted in this area. Moreover, it has been noted from the review that the majority of the studies have been carried out in the context of large organizations, and more research is required to examine the long-term sustainability of HPWS in various business sectors.

**Keywords:** High-Performance Work Systems, HPWS, Sustainability of HPWS, Implementation of HPWS, Challenges of HPWS, Human Resources Management.

**JEL Classification:** M10, M12, M19.

# YÜKSEK PERFORMANSLI İŞ SİSTEMLERİNİN UYGULANMASI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: LİTERATÜR İNCELEMESİ

## Öz

Bu araştırma, yüksek performanslı iş sistemlerinin (YPİS) uygulanması ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini incelemektedir. Literatür incelemesine dayanan ve önceki çalışmaların ışığında hazırlanan çalışma, YPİS bakış açısından, işletmelerde, liderlik, örgüt kültürü, sürekli iyileştirme, çalışan katılımı ve sürdürülebilirlik dâhil olmak üzere birden çok faktörü dikkate almanın önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, örgütlerin YPİS'i sürdürebilmede karşılaştıkları zorlukları ve bu zorluklara uzun vadede nasıl çözüm üretilebileceğini ele almaktadır. Çalışma, YPİS'in uygulanması ve sürdürülebilirliği açısından farklı bir perspektif sunmaktadır. Ancak, YPİS'in örgütlerde uzun dönemli sürdürülebilirliğinin anlaşılabilmesi adına daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğu söylenebilmektedir. Yapılan literatür incelemesi sonucunda, çalışmaların büyük çoğunluğunun büyük ölçekli firmalar bağlamında yürütüldüğü, farklı ölçek ve sektörlerde konunun ele alınmasının önemi vurgulanmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Yüksek Performanslı İş Sistemleri, YPİS, YPİS Sürdürülebilirliği, YPİS Uygulanması, İnsan Kaynakları Yönetimi.

**JEL Sınıflandırması:** M10, M12, M19.

<sup>1</sup> Beykoz University, Faculty of Business and Management Sciences, Department of International Trade and Finance, [buraknedimaktas@beykoz.edu.tr](mailto:buraknedimaktas@beykoz.edu.tr), ORCID: 0000-0003-3011-4706.

## 1. Introduction

High-performance work systems (HPWS) have been a topic of interest in the field of organizational behavior for several decades. HPWS are characterized by a set of management practices and policies that are designed to promote employee engagement, autonomy, and skill development which, in turn, hold the key to achieving sustainable competitive advantage and long-term organizational success (Becker and Huselid, 1998). These systems are believed to have a positive impact on organizational performance, employee well-being, and overall sustainability (Huang, Ahlstrom, Lee, Chen and Hsieh, 2016; Marathe and Pathak, 2013; Appelbaum and Batt, 1993). However, the implementation and long-term sustainability of HPWS is still a matter of debate in the literature.

This study is explanatory and literature review-based which aims to examine the implementation and sustainability of HPWS from two different aspects. The first is the sustainability of HPWS itself outlining the findings of various studies about how HPWS is sustained in the organizations and the second is how HPWS contributes the organizational sustainability based on certain factors. The review also examines the challenges faced by organizations in maintaining HPWS over time, and the ways in which these challenges can be addressed for long-term sustainability. It is important to note that reviewed-researches do not necessarily draw a direct connection between variables and the long-term sustainability of HPWS. However, they highlight the importance of implementing and maintaining HPWS. The review involves mostly after the year of 2010 intending to put forward key findings of the recent studies about the topic, while, at the same time, paying sufficient attention to the past studies. The databases during the review has not been limited.

As indicated earlier, the study will draw on a variety of sources to provide a comprehensive understanding of the topic and will try to find answers for the following questions based on the resources: What are the main perspectives that research have focused on about the long-term sustainability of HPWS? Which factors contribute to the long-term success of HPWS and how do they impact overall organizational sustainability? What are the challenges faced by organizations in maintaining HPWS over time and how can these challenges be addressed for long-term sustainability? How do HPWS impact organizational performance over the long-term and what role does this play in overall sustainability?

In recent years, organizations are facing increasing pressure to not only achieve short-term financial performance but also to be sustainable in terms of many aspects.



Therefore, understanding the long-term sustainability of HPWS has become even more critical. Despite the importance of this issue, the literature on the long-term sustainability of HPWS is limited. This literature review will provide valuable insights for managers and practitioners seeking to implement HPWS in their organizations and for researchers interested in understanding the long-term sustainability of these systems.

## **2. Main standpoints that HPWS studies focus on**

High-performance work systems (HPWS) have been widely recognized as a key driver of organizational performance and competitiveness (Fu, et al., 2015; Kling, 1995; Macduffie, 1995). HPWS are defined as a set of human resource practices, management systems, and organizational structures that are designed to enhance employee knowledge, skills, motivation, and involvement (Afonso et al., 2021; Snell and Morris, 2018). Sustainability, on the other hand, involves the persistence of systems and processes. Over time, the concept was adopted in a variety of fields and is now widely used in the business world. Sustainability has become a crucial topic both in the business community and in academia. From a business perspective, sustainability is especially important as it focuses on ensuring the long-term stability and competitive viability of an organization (Chillakuri and Vanka, 2020). In essence, the sustainability of HPWS depends on organizations acknowledging the requirements of their employees and implementing sustainable policies and procedures to reinforce their values and principles through increased employee engagement and involvement (Gollan, 2005). Research on the sustainability of HPWS has mainly focused on two main perspectives: the organizational perspective and the individual perspective (Kaushik and Mukherjee, 2022; Suchitra, Sasmita and Padma, 2019; Zhang et al., 2018; Marathe and Pathak, 2013).

### **2.1 Organizational perspective**

From the organizational perspective, researchers have investigated the factors that contribute to the long-term sustainability of HPWS (Becker and Gerhart, 1996; Huselid, 1995; Tannenbaum and Dupuree-Bruno, 1994). First of all, sustainability of HPWS is influenced by the organizational culture and leadership. Research has shown that organizations with a strong culture of innovation, continuous improvement, and employee involvement are more likely to sustain HPWS over time (Al-Ajlouni, 2021; Zhou, Fan and Son, 2019). Furthermore, leadership is critical to HPWS's long-term viability by offering the vital support and resources, cultivating a positive organizational culture, and encouraging employee involvement (Sun and Mamman, 2022; Lee, Lee and Sohn, 2017).

The importance of structure and procedures in the long-term sustainability of HPWS is another component of organizational viewpoint. According to studies, the design of the organizational structure and procedures, such as decision-making processes, communication channels, and information systems, can have a major influence on HPWS and business long-term sustainability (Zhu, Liu and Chen, 2018; Sienknecht and Van Aken, 2002). Flat, decentralized, and flexible organizational structures are more likely to sustain HPWS over time because they provide employees more autonomy, engagement, and participation in decision making (Tannenbaum and Dupuree-Bruno, 1994). Long-term HPWS sustainability research has also looked into the function of human resource management (HRM) practices in sustaining HPWS over time. According to research, aligning HRM practices with the organization's strategic goals is crucial for HPWS's long-term viability (Jeong and Choi, 2016; Posthuma, Campion and Masimova, 2013). Besides, integrating HPWS with other HRM practices, such as performance management and training, is critical for the sustainability of these systems (Sarwar et al., 2020).

According to research, the external environment of the organization has an impact on the organization's sustainability. Organizations operating in unpredictable and constantly changing contexts may find it more challenging to sustain HPWS over time. This emphasizes the significance of businesses' ability to adapt and respond to changes in the external environment in order to preserve HPWS across time (Gemici and Zehir, 2021). Organizations that operate in unpredictable and constantly changing contexts may struggle to sustain HPWS over time because they demand a high level of adaptation and response to changing situations (Suryaningtyas and Irawanto, 2019).

Research on the deployment and sustainability of HPWS has underlined the relevance of leadership, culture, alignment of HRM practices, integration with other HRM practices, organizational structure and procedure, as well as the external environment in sustaining HPWS over time.

## **2.2 Individual perspective**

From an individual perspective, researchers have investigated the factors that influence the HPWS from the perspective of employees (Michael and Alex, 2019; Zhang et al., 2018; Harley, Sargent and Allen, 2011; Huselid and Becker, 1995). One of the main findings is that employee involvement and empowerment are critical for the sustainability of HPWS (Yufang, Zhenzhong and Yong, 2017; Arefin, Raquib and Arif, 2015).

Research has shown that employees who are involved in the design and implementation of HPWS are more likely to support and maintain these systems over time (Varma et al.; 1999). Additionally, employee empowerment, which refers to the degree to which employees have autonomy and control over their work, has been found to be positively associated with the long-term sustainability of HPWS (Para-González et al. 2019). Moreover, there have been attempts to draw attention on the relationship between psychological empowerment and HPWS which have confirmed the significant relationship. Those conclusions, also, prove that the empowerment in organizations could lead to sustainability of the HPWS (Park, 2020; Arefin et al., 2019; Rabia and Afsheen, 2015).

Overall, the literature suggests that the sustainability of HPWS is influenced by a combination of organizational and individual factors. Organizational factors such as leadership and culture, as well as individual factors such as employee involvement and empowerment, are critical for the long-term success of HPWS. Suryaningtyas and Irawanto (2019) has found that external factors such as economic conditions, competition, and technological change may also play a role in the sustainability of HPWS. They maintain that by implementing HPWS, organizations can attain sustainability by providing training that enhances versatility and instilling values in employees. This enables organizations to effectively adapt to external changes and obstacles, such as innovative technology (Kaushik and Mukherjee, 2022).

### **3 Factors contributing to the long-term success of HPWS**

#### **3.1 Employee engagement**

Employee engagement has been identified as one of the key factors in the long-term success of HPWS. Engaged employees are more likely to be committed to the organization and to go above and beyond their job requirements to help the organization achieve its goals (Mushtaq, Saleem, and Bakhtawar, 2022). Some studies have found that HPWS can lead to increased employee engagement, by providing employees with opportunities for skill development, autonomy, and participation in decision-making (Peprah, 2020; Snape and Redman, 2010). Additionally, engaged employees are more likely to stay with the organization over the long-term, which can help to ensure the sustainability of HPWS (Oliveira and Aguiar da Silva, 2015). Employee engagement can also be sustained over time by providing employees with opportunities for career development and growth (Edgar, Zhang and Blaker, 2021; Gollan, 2005). Concluded in academic studies regarding employee engagement and HPWS is that effective communication, transparency and a positive work environment are key elements that can foster employee

engagement and contribute to the long-term success of the organizations (Saini, 2015). Studies have also found that involving employees in the design and implementation of HPWS can increase their buy-in and commitment to the system, leading to higher levels of employee engagement (Para-González et al., 2019).

Furthermore, studies have also highlighted that HPWS that focus on both individual and collective outcomes (Jiang et al., 2012) can lead to higher levels of employee engagement (Kaushik and Mukherjee, 2022). These systems balance the needs of the organization with the well-being and development of employees, leading to a win-win scenario for both the organization and its employees (Yufang et al.; 2017; Jain, 2010). It's important to note that employee engagement is a complex and multi-dimensional construct, and it's influenced by various factors, including the nature of the work, leadership, communication, and the employee's individual characteristics. Thus, it would be significant for organizations to create a comprehensive approach in aiming to improve employee engagement in relation to HPWS (Benson, Kimmel and Lawler III, 2014).

Employee knowledge, skills, motivation, and engagement have been found to be improved by HPWS in a number of ways which, in turn, helps to ensure the long-term viability (Afonso et al., 2021). Implementing training and development programs is one method HPWS improves staff knowledge and abilities (Hassett, 2022). These programs equip employees with the information and skills they need to do their jobs well, which increases their enthusiasm and participation. HPWS also boosts employee motivation by giving them more autonomy and control over their job (Mattersah, 2019). This would be achieved through strategies such as self-managed teams, employee's involvement in decision-making, and performance-based awards (Peprah, 2020; Evans and Davis, 2005). Giving employees greater autonomy and control over their work leads to higher levels of job satisfaction and motivation, which in turn contributes to the long-term sustainability of HPWS (Afonso et al., 2021). On the other hand, HPWS practices such as participation in decision-making and compensation based on performance lead to an intensification of work, causing a decrease in job satisfaction, amplified job stress, exhaustion, extended work hours and an imbalance between work and personal life (Mariappanadar and Kramar, 2014).

HPWS enhances employee involvement by providing opportunities for employee participation and involvement in the design and implementation of these systems.

Research has shown that employees who are involved in the design and implementation of HPWS are more likely to support and maintain these systems over time (Min, Zhu and Bambacas, 2018). Studies have also shown that HPWS can have a positive impact on employee well-being and job satisfaction (Afonso et al., 2023; Chang, Wu and Liu, 2018). For instance, HPWS can grant workers greater independence and control over their tasks, leading to improved job satisfaction and overall well-being (Babic, Stinglhamber, and Hansez, 2019; Huang, et al. 2016). Similarly, a study shows that servant leadership and HPWS lead to positive outcomes because they improve employee engagement, leading to higher retention and satisfaction. Improving employee engagement is key to the effectiveness and sustainability of companies (Alafeshat and Tanova, 2019). HPWS is positively associated with employee organizational citizenship behavior in the long-term. Studies suggest that HPWS can lead to improved organizational citizenship behavior by providing employees with opportunities for skill development, autonomy, and feedback (Pak, Hyeok and Huikun, 2017; Pak, 2015).

### **3.2 Organizational culture**

Organizational culture is also an important factor in the long-term success of HPWS. Study by Pichler et al., (2014) has concluded that HPWS and workplace culture are linked to lower turnover, with stronger correlation between workplace culture and turnover (Guthrie, 2001). A culture that supports HPWS is more likely to foster a positive work environment, which can help to improve employee engagement and performance (Coldwell and Floyd, 2014; Covey, 2004). Studies have found that HPWS can be sustained when organizations are able to anticipate and adapt to unexpected changes and disruptions. A supportive organizational culture is more likely to be adaptive and robust, which can assist to maintain the system's long-term viability (Fareed, Isa, and Noor, 2016). According to certain research, an organizational culture that promotes HPWS, typified by a strong emphasis on employee development, autonomy, and involvement, is positively connected to HPWS's long-term success and sustainability (Özçelik, Aybas, and Uyargil, 2016).

HPWS can be sustained through in such a culture where organizational learning and knowledge management are promoted. By doing so, a learning culture, knowledge sharing, encouraging experimentation and innovation are created (Zhu, Liu and Chen, 2018). Also, a culture of innovation, which encourages the exploration of new ideas, processes, and products, would facilitate the implementation and adaptation of HPWS in organizations (Hartog and Verburg, 2004).

The reason behind it is that a culture of innovation promotes experimentation and risk-taking helping organizations identify and implement new and effective practices that contribute to the sustainability of HPWS (Do and Shipton, 2019; Mehta, Pestonjee and Khan, 2018).

### **3.3 Leadership**

Leadership is another key factor in the long-term success of HPWS (Saini, 2015). Effective leaders are able to create a culture that supports HPWS, which can help to ensure the long-term sustainability of the system. Leadership is positively related to the long-term success and sustainability of HPWS by continuously assessing and adjusting the system as needed to ensure its effectiveness over time (Riaz, Shahid and Ali, 2021; Arthur, Herdman and Yang, 2016). Furthermore, some studies have found that effective leadership can have a positive impact on organizational performance, by fostering a culture of innovation, creativity, and adaptability, which can help to ensure the long-term success and sustainability of HPWS (Alnoaimi and Almahamid, 2020; Mazzei, Flynn, and Haynie, 2016; Fu et al., 2015). Young et al. (2008) has also found that social identification has been found to play a role in sustaining high performance work systems (HPWS) reflected in workers' affective commitment and job satisfaction.

Cao, Zhao, and Zhao (2020) found that authentic leadership within departments is crucial. The study also discovered that HPWS perceived as high-quality by employees results in HR practices centered on commitment, which motivates better performance. Furthermore, line managers' leadership affects the HR management process and facilitates the implementation of HPWS. Team leaders and managers should be provided with recognition, reward, education, and support from the organization in order to build social identification, leading to benefits like high performance, commitment, and improved employee retention. The study by Gahan et al., (2021) draws attention to the evidence that HPWS and leadership both contribute to the development of capabilities related to innovation. In steady conditions, HPWS is more influential in forming these capabilities, while in more dynamic settings, leadership is more prominent.

Studies have demonstrated that leadership, specifically transformational leadership, is positively associated with the sustainability of HPWS (Han et al., 2018). Studies suggests that transformational leaders, who inspire and motivate their followers to achieve a shared vision and mission, can help create a culture that supports the implementation and sustainability of HPWS (Weller et al., 2020; Imran, Shabbir and Mahmood, 2020).

Overall, the studies indicate that effective leadership plays a crucial role in the long-term success and sustainability of HPWS by fostering a positive work environment, involving employees in the design and implementation of HPWS, providing employees with opportunities for skill development and career advancement, fostering effective communication (Riaz, Townsend and Woods, 2021) and servant leadership, and creating a culture that supports HPWS (Fan, Liu, and Zou, 2018; Gong, Law, Chang, and Xin, 2009).

### **3.4 Continuous improvement**

In terms of continuous improvement, studies indicate that having a continuous improvement approach to HPWS can have a positive impact on the long-term sustainability of HPWS. By regularly assessing and adjusting the system, organizations can ensure its effectiveness and alignment with the organization's goals and objectives (Jewell, Jewell and Kaufman, 2022). Involving employees in the assessment and adjustment process can boost employee engagement, job satisfaction, and organizational commitment, while a continuous improvement approach can help organizations stay current with changing employee and customer needs, leading to improved organizational performance and customer satisfaction (Saini, 2015; Chiang et al., 2015; Boxall and Macky, 2007).

Organizations that have a continuous improvement approach to HPWS tend to have better communication, teamwork, and problem-solving abilities, which can contribute to the long-term sustainability of HPWS. Organizations may discover opportunities for development and make changes that result in more effective and efficient work processes by utilizing continuous improvement (Bowen and Lawler, 1992). As a result, productivity rises and organizational performance improves, which in turn helps HPWS remain sustainable over the long run. In addition, continuous improvement makes it easier to put best practices into practice, which raises HPWS's overall efficacy and helps ensure its long-term viability (Jain, 2010). However, according to Kintana, Alonso, and Olaverri (2006), companies should take into account how technology contributes to sustainability and HPWS influence. Technology advancements give organizations additional tools and resources to increase the efficacy of HPWS and assist them in keeping up with the evolving requirements of their customers and staff. In order to increase the efficiency and sustainability of their HPWS, companies should think about the role that technology plays in it (Jewell, Jewell, and Kaufman, 2022).

One study by Ruiz et al., (2019) found that continuous improvement, specifically the use of Total Quality Management (TQM), is positively associated with HPWS.

The study's conclusion suggests that companies that invest in HPWS and TQM practices can expect to see sustainable business results. TQM is particularly important as it has a greater influence on a company's results when combined with HPWS (Sienknecht and Van Aken, 2002).

### **3.5 Holistic approach**

Organizations should adopt a holistic approach to strategic human resources management by considering not only the impact on organizational performance but also the impact on employee well-being, societal and environmental sustainability (Chillakuri and Vanka, 2020). This will ensure that HPWS are not only effective in the short-term but also sustainable over the long-term (Marathe and Pathak, 2013). Overall, these studies indicate that considering the multiple dimensions of HPWS and having a holistic approach can have a positive impact on the long-term sustainability of HPWS ((Lapiņa, Maurāne and Stariņeca, 2013). By considering multiple dimensions, organizations can ensure that all aspects of the system are effectively addressing the needs of employees, and that the system is aligned with the organization's goals and objectives (Jain, 2010). A holistic strategy may offer a more thorough comprehension of the system, assisting firms in identifying areas for development and putting into action improvements that result in more effective and efficient work processes (Marathe and Pathak, 2013). This may result in higher productivity and better organizational performance, both of which may support HPWS's long-term viability. Also, HPWS involve a range of practices that need to be aligned and integrated across different levels and functions of the organization (Gollan, 2005; Sienknecht and Van Aken, 2002), such as human resource management, operations, and strategy (Posthuma et al., 2013). Failure to achieve consistency and alignment can lead to fragmentation and inconsistency in the implementation of HPWS, which in turn can make it difficult to sustain these systems over time (Stefano, Bagdadli and Camuffo, 2018).

### **4. Does HPWS have always constructive outcomes?**

Despite the positive outcomes associated with HPWS, the literature has also highlighted that the sustainability of these systems remains a major challenge. It is important to address those challenges for long-term sustainability. One of the main challenges faced by organizations in maintaining HPWS over time is the need to continually adapt the system to changing business conditions. For example, as the competitive environment changes, organizations may need to modify their HPWS to stay competitive (Kaushik and Mukherjee, 2022). Some studies have suggested that implementing HPWS can be challenging, and that they may not always lead to



positive outcomes. (Gulzar, et al., 2014; Godard, 2001; Ramsay, Scholarios, and Harley, 2000). A study by Jensen, Patel, and Messersmith (2013) found that the implementation of HPWS was associated with increased turnover, while another studies by MacKenzie (2015) and Bryson et al. (2005) found that trade union militancy can have a negative effect on HPWS, but this effect is mediated when there is a positive industrial relations climate. Moreover, adversarial labor-management relations hinder the implementation and sustainability of high-performance work practices and prevent positive outcomes (Appelbaum, Gittell and Leana, 2011). Additionally, some studies have shown that HPWS can have negative effects on employee well-being, especially in terms of work-life balance, and mental health. For example, a study by Shih, Chiang and Hsu (2010) found that HPWS can lead to work-family conflict, which then has a negative effect on satisfaction and performance. Zhang, Zhu, Dowling, and Bartram (2013) found that HPWS were associated with increased emotional exhaustion.

Another difficult task with HPWS is preserving the harmony between short-term and long-term performance. While HPWS are intended to improve performance over the long run, they may necessitate large short-term investments in the form of process adjustments, process development, and training. Organizations may find it challenging to strike a balance between the desire for immediate outcomes and the investments necessary to achieve long-term success as a consequence. This can be a significant obstacle to long-term HPWS sustainability (Ehnert, 2006). HPWS call for a change in company culture, values, and norms, which can be challenging to accomplish and uphold. To alter the attitudes, actions, and beliefs of employees, a major time and resource commitment is necessary. Additionally, it might be challenging to maintain these systems over time due to employee reluctance to change, which can be a major barrier to the deployment of HPWS (Benson, Kimmel and Lawler III, 2014).

The requirement to sustain staff involvement and dedication over the long term represents another significant problem. Organizations may need to identify strategies to engage and keep new hires when employees move on to new opportunities (Hu et al., 2019). Additionally, firms may need to identify strategies to maintain staff members' motivation and engagement when the business environment evolves (Kaushik and Mukherjee, 2022). Organizations can use a continuous improvement strategy for HPWS to overcome these issues. To guarantee that the system stays efficient over time, this strategy calls for routinely evaluating it and making any necessary adjustments. It's also critical to remember that HPWS may also have unfavorable consequences, including worsened leader anxiety and abusive supervision (Xi et al., 2022), as well as decreased employee wellbeing and job satisfaction, particularly if they are implemented

without taking into account the requirements and skills of employees (Jian, Sun, and Wang, 2019). As an example, HPWS can increase workload and pressure on employees, which may lead to burnout and decreased job satisfaction (Heffernan and Dundon, 2016; Jensen, Patel, and Messersmith, 2013; Kroon, Voorde, and Veldhove, 2009). Therefore, it's important for organizations to carefully design and implement HPWS to ensure that they do not negatively impact employee well-being and job satisfaction in the long-term (Gulzar, et al., 2014). In brief, Jian et al. (2019) suggest that organizations should design policies and practices that take advantage of the benefits of HPWSs for both employers and employees in order to create a sustainable workplace.

## 5. Conclusion

Even though there have been attempts to review of the topic (Kaushik and Mukherjee, 2022; Çakmak and Yiğit, 2022; Marathe and Pathak, 2013), research about the implementation and sustainability of HPWS is still relatively limited, and more studies are needed to further our understanding of the long-term sustainability of HPWS. Based upon this acknowledgement, this literature review has been put forward to highlight two main perspectives that studies focus on in the implementation and sustainability of high-performance work systems (HPWS): organizational and individual perspectives. Comprehensive overview of different dimensions based on those perspectives have been provided, such as employee engagement, organizational culture, continuous improvement, leadership, and a holistic approach, in the implementation and sustainability of HPWS. The review also covers a wide range of factors that can influence HPWS's implementation and sustainability, including organizational structure, organizational learning, knowledge management, strategic alignment, communication and participation, change management, external factors, employee retention, organizational resilience, cost-effectiveness, and competitive advantage. It has also explored the challenges faced by organizations in maintaining HPWS over time and the ways in which these challenges can be addressed for long-term sustainability.

The review has brought up the importance of a comprehensive methodology that considers both internal and external factors, as well as the requirement for organizations to continuously screen, assess and change, if needed, their HPWS in order to ensure its long-term sustainability. Understanding the long-term sustainability of HPWS has become even more critical in a modern world which is believed to be changing continuously. Despite the importance of this issue, the literature on the long-term sustainability of HPWS is observed as limited.

From this point of view, this literature review is an attempt to give valuable insights for managers and practitioners seeking to implement HPWS in their organizations and for researchers interested in understanding the long-term sustainability of these systems.

## References

- Afonso, D. D., Domínguez, L. R., & Núñezb, C. B. (2023). It's worth it! High performance work systems for employee job satisfaction: The mediational role of burnout. *International Journal of Hospitality Management*, 108, 1-13.
- Afonso, D. D., Rosa, M. G., Rodríguez, F. J., & Domínguez, L. R. (2021). Effects of High-Performance Work Systems (HPWS) on Hospitality Employees' Outcomes through Their Organizational Commitment, Motivation, and Job Satisfaction. *Sustainability*, 13(6), 3226.
- Alafeshat, R., & Tanova, C. (2019). Servant Leadership Style and High-Performance Work System Practices: Pathway to a Sustainable Jordanian Airline Industry. *Sustainability*, 11, 1-21.
- Al-Ajlouni, M. I. (2021). Can high-performance work systems (HPWS) promote organisational innovation? Employee perspective-taking, engagement and creativity in a moderated mediation model. *Employee Relations*, 43(2), 373-397.
- Alnoaimi, M., & Almahamid, S. (2020). The Missing link between High Performance Work System and product Innovation: a Systematic Review. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 37(2), 1-10.
- Appelbaum, E., & Batt, R. (1993). *High-Performance Work Systems: American Models of Workplace Transformation*. Washington DC: Economic Policy Institution.
- Appelbaum, E., Gittell, J. H., & Leana, C. (2011). *High-Performance Work Practices and Sustainable Economic Growth*. Washington, DC : The Center for Economic and Policy Research.
- Arefin, M. S., Raquib, M., & Arif, I. (2015). The relationships between high-performance work systems and proactive behaviors: The mediating role of perceived organizational support. *European Scientific Journal*, 11(2), 312–325.
- Arefin, S., Alam, S., Islam, R., & Rahaman, M. (2019). High-performance work systems and job engagement: The mediating role of psychological empowerment. *Cogent Business & Management*, 6(1).
- Arthur, J. B., Herdman, A. O., & Yang, J. (2016). How Top Management HR Beliefs and Values Affect High-Performance Work System Adoption and Implementation Effectiveness. *2014*, 55(3), 413-435.
- Babic, A., Stinglhamber, F., & Hansez, I. (2019). High-Performance Work Systems and Well-Being: Mediating Role of Work-to-Family Interface. *Psychologica Belgica*, 301-320 59(1):.
- Becker, B. E., & Huselid, M. A. (1998). *High Performance Work Systems and Firm Performance: A Synthesis Of Research And Managerial Implications*.
- Becker, B., & Gerhart, B. (1996). The impact of human resource management on organizational performance: Progress and prospects. *Academy of management journal*, 39(4), 779-801.
- Benson, G. S., Kimmel, M., & Lawler III, E. E. (2014). Adoption of Employee Involvement Practices: Organizational Change Issues and Insights. *In Research in Organizational Change and Development*, 21, 233-257.
- Bowen, D. E., & Lawler, E. E. (1992). Total quality-oriented human resources management. *Organizational Dynamics*, 20(4), 29–41.
- Boxall, P., & Macky, K. (2007). High-performance work systems and organisational performance: Bridging theory and practice. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 45(3), 261-270.
- Bryson, A., Forth, J., & Kirby, S. (2005). High-Involvement Management Practices, Trade Union Representation and Workplace Performance in Britain . *Wiley-Blackwell: Scottish Journal of Political Economy*, 52, 451-491.

- Cao, M., Zhao, Y., & Zhao, S. (2020). Facilitating the Implementation Process of High-Performance Work Systems: The Role of Authentic Leadership. *Frontiers in Psychology, 11*, 1-12.
- Chang, P.-C., Wu, T., & Liu, C.-L. (2018). Do High-Performance Work Systems Really Satisfy Employees? Evidence from China. *Sustainability, 10*(10), 3360.
- Chiang, F. F., Birtch, T. A., Cai, Z., & Lam, Y. B. (2015). Continuous Improvement: The Influence of HPWS, Work Climate, and Collectivism. *Academy of Management Proceedings*.
- Chillakuri, B., & Vanka, S. (2020). Examining the effects of workplace well-being and high-performance work systems on health harm: a Sustainable HRM perspective. *Society and Business Review, 16*(1), 1746-5680.
- Coldwell, C., & Floyd, L. (2014). High Performance Work Systems: Building Commitment to Increase Profitability. *Graziadio Business Review, 17*(3), 1-11.
- Covey, S. R. (2004). *The 8th Habit: From Effectiveness to Greatness*. New York: Free Press.
- Çakmak, B. Y., Yiğit, B. (2022). Türkiye’de Yüksek Performanslı Çalışma Sistemleri (YPÇS): Sistematik Literatür Analizi, *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi, 6* (1), 1-22.
- Do, H., & Shipton, H. (2019). High-performance work systems and innovation in Vietnamese small firms. *International Small Business Journal, 37*(7), 732–753.
- Edgar, F., Zhang, J. A., & Blaker, N. M. (2021). The HPWS and AMO: a dynamic study of system- and Individual-level effects. *International Journal of Manpower, 794-809*.
- Ehnert, I. (2006). Sustainability Issues in Human in Human Resource Management: Linkages, theoretical approaches, and outlines for an emerging field. *Paper prepared for 21st EIASM SHRM Workshop*.
- Evans, W. R., & Davis, W. D. (2005). High-Performance Work Systems and Organizational Performance: The Mediating Role of Internal Social Structure. *Journal of Management, 31*(5), 758-775.
- Fan, X., Liu, Y., & Zou, X. (2018). Where there is light, there is dark: a dual process model of high-performance work systems in the eyes of employees. *Frontiers of Business Research in China, 12*(21), 1-18.
- Fareed, M., Isa, M. F., & Noor, W. S. (2016). Human Resource Professionals’ Effectiveness, Organizational Culture and High Performance Work System Link: Evidence from Pakistan. *International Review of Management and Marketing, 6*(7), 335-344.
- Fu, N., Flood, P. C., Bosak, J., Rousseau, D. M., Morris, T., & O'Regan, P. (2015). High Performance Work Systems in Professional Service Firms: Examining the HPWS-Resources-Uses-Performance Linking Mechanisms. *Human Resource Management, 1-24*.
- Gahan, P., Theilacker, M., Adamovic, M., Choi, D., Harley, B., Healy, J., & Olsen, J. E. (2021). Between fit and flexibility? The benefits of high-performance work practices and leadership capability for innovation outcomes. *Human Resource Management, 31*(2), 414-437.
- Gemici, E., & Zehir, C. (2021). High-performance work systems, learning orientation and innovativeness: the antecedent role of environmental turbulence. *European Journal of Innovation Management, (26)2*, 475-503.
- Godard, J. (2001). High performance and the transformation of work? The implications of alternative work practices for the experience and outcomes of work. *Industrial and Labor Relations Review, 54*(4), 776–805.
- Gollan, P. J. (2005). High involvement management and human resource sustainability: The challenges and opportunities. *Asia Pacific Journal of Human Resources, 43*(1), 18-33.

- Gong, Y., Law, K. S., Chang, S., & Xin, K. R. (2009). Human resources management and firm performance: The differential role of managerial affective and continuance commitment. *Journal of Applied Psychology*, 94(1), 263–275.
- Gulzar, S., Moon, M. A., Attiq, S., & Azam, R. I. (2014). The Darker Side of High Performance Work Systems: Examining Employee Psychological Outcomes and Counterproductive Work Behavior. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 8(3), 715-732.
- Guthrie, J. P. (2001). High-Involvement Work Practices, Turnover, And Productivity Evidence from New Zealand. *Academy of Management Journal*, 44(1), 180-190.
- Han, J. H., Liao, H., Taylor, M. S., & Kim, S. (2018). Effects of high-performance work systems on transformational leadership and team performance: Investigating the moderating roles of organizational orientations. *Human Resource Management*, 57(5), 1065-1082.
- Harley, B., Sargent, L., & Allen, B. (2011). Employee responses to ‘high performance work system’ practices: an empirical test of the disciplined worker thesis. *Work, Employment and Society*, 24(4), 740–760.
- Hartog, D. N., & Verburg, R. M. (2004). High performance work systems, organisational culture and firm effectiveness. *Human Resource Management Journal*, 14(1), 55-78.
- Hassett, M. P. (2022). The Effect of Access to Training and Development Opportunities, on Rates of Work Engagement, Within the U.S. Federal Workforce. *Public Personnel Management*, 51(3), 1–17.
- Heffernan, M., & Dundon, T. (2016). Cross-level effects of high-performance work systems (HPWS) and employee well-being: the mediating effect of organisational justice. *Human Resource Management Journal*, 26(2), 211-231.
- Hu, B., Hou, Z., Mak, M. C., Xu, S. L., Yang, X., Hu, T., . . . Wen, Y. (2019). Work engagement, tenure, and external opportunities moderate perceived high-performance work systems and affective commitment. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 47(5), 1-16.
- Huang, L. C., Ahlstrom, D., Lee, A., Chen, S. Y., & Hsieh, M. J. (2016). High performance work systems, employee well-being, and job involvement: an empirical study. *Personnel Review*, 45, 296-314.
- Huselid, M. A. (1995). The Impact of Human Resource Management Practices on Turnover, Productivity, and Corporate Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 38(3), 635–872.
- Huselid, M. A., & Becker, B. E. (1995). The Strategic Impact of High Performance Work Systems.
- Imran, R., Shabbir, M. S., & Mahmood, A. (2020). High Performance Work System: An Important Link Between Transformational Leadership and Job Performance. *Polish Journal of Management Studies*, 22(1), 217-230.
- Jain, A. (2010). Business Excellence Through Integration of TQM and HRM. *International Journal of Enterprise and Innovation Management Studies*, 3(1), 1-9.
- Jensen, J. M., Patel, P. C., & Messersmith, J. G. (2013). High-Performance Work Systems and Job Control: Consequences for Anxiety Role Overload, and Turnover Intentions. *Journal of Management*, 39(6), 1699-1724.
- Jeong, D. Y., & Choi, M. (2016). The impact of high-performance work systems on firm performance: The moderating effects of the human resource function’s influence. *Journal of Management & Organization*, 22(3), 328 - 348.
- Jewell, D. O., Jewell, F. S., & Kaufman, B. E. (2022). Designing and implementing high-performance work systems: Insights from consulting practice for academic researchers. *Human Resource Management Review*, 32(1), 1-16.
- Jian, H., Sun, J., & Wang, H. (2019, October 15). *Do High-Performance Work Systems Generate Negative Effects?* www.ceibs.edu: <https://www.ceibs.edu/new-papers->

- columns/do-high-performance-work-systems-generate-negative-effects adresinden alındı
- Jiandong, S., Fan, X., & Haitian, L. (2022). How do high-performance work systems affect work fatigue: The mediating effect of job responsibility and role overload. *PLoS One*, 17(7), 1-12.
- Jiang, K., Lepak, D. P., Hu, J., & Baer, J. C. (2012). How Does Human Resource Management Influence Organizational Outcomes? A Meta-Analytic Investigation of Mediating Mechanisms. *Academy of Management Journal*, 55(6), 1264–1294.
- Kaushik, D., & Mukherjee, U. (2022). High-performance work system: a systematic review of literature. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(6), 1624-1643.
- Kintana, M. L., Alonso, A. U., & Olaverri, C. G. (2006). High-performance work systems and firms' operational performance: the moderating role of technology. *The International Journal of Human Resource Management*, 17(1), 70-85.
- Kling, J. (1995, May). High performance work systems and firm performance. *Monthly Labor Review*, 29-36.
- Kroon, B., Voorde, K., & Veldhove, M. V. (2009). Cross-level effects of high-performance work practices on burnout: Two counteracting mediating mechanisms compared. *Personnel Review*, 38(5), 509-525.
- Lapiņa, I., Maurāne, G., & Stariņeca, O. (2013). Holistic Human Resource Management Model towards Sustainable and Sophisticated Business. *Proceedings of the 17th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics*, 2, 31-36.
- Lee, G., Lee, M., & Sohn, Y. (2017). High-Performance Work Systems and Firm Performance: Moderating Effects of Organizational Communication. *The Journal of Applied Business Research*, 33(5), 951-962.
- Lloyd, R., & Aho, W. (2021). *The History of Human Resources in the United States: A Primer on Modern Practice*. Management Open Educational Resources.
- Macduffie, J. P. (1995). Human Resource Bundles and Manufacturing Performance: Organizational Logic and Flexible Production Systems in The World Auto Industry. *Industrial and Labor Relations Review*, 48(2), 197-221.
- MacKenzie, R. (2015). The Effect of Trade Unions on High Performance Work Systems (HPWS): Does industrial Relations Climate Matter? *Business*.
- Marathe, G., & Pathak, K. G. (2013). Identification of Multiple Theoretical Linkages for High Performance Work System: A Literature Review. *Management and Labour Studies*, 38((1&2) ), 39–52.
- Mariappanadar, S., & Kramar, R. (2014). Sustainable HRM : The synthesis effect of high performance work systems on organisational performance and employee harm. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 6(3), 206-224.
- Mattersah, M. (2019). The Relationship Between High-Performance Work System (HPWS) Practices, Motivation and Employee Performance among Support Staff at Public Universities in Sabah. *Malaysian Journal of Business and Economics*, 6(1), 19.
- Mazzei, M. J., Flynn, C. B., & Haynie, J. J. (2016). Moving beyond initial success: Promoting innovation in small businesses through high-performance work practices. *Business Horizons*, 59(1), 51–60.
- Mehta, N. N., Pestonjee, D. M., & Khan, S. M. (2018). Impact of High Performance Work Systems on Innovation and firm's performance. *Sustainable Development of Human Capital*, 51-70.
- Michael, W., & Alex, B. (2019). The Impact of High-Performance Work Systems on Employees: A Sectoral Comparison. *IZA Discussion Papers, No. 12527 Institute of Labor Economics (IZA)*.

- Min, M., Zhu, Y., & Bambacas, M. (2018). Implementing HPWS among the indigenous companies in China: Analysing from both managers' and employees' perspectives. *Journal of General Management*, 43(4), 175–187.
- Mushtaq, N., Saleem, S., & Bakhtawar, A. (2022). Exploring the Relationship between High-Performance Work Systems, Employee Commitment, and Firm Performance: A Multi Mediation Model. *Pakistan Social Sciences Review*, 6(2), 262-282.
- Oliveira, L. B., & Aguiar da Silva, F. F. (2015). The Effects of High Performance Work Systems and Leader-Member Exchange Quality on Employee Engagement: Evidence from a Brazilian Non-Profit Organization. *Procedia Computer Science*, 55, 1023-1030.
- Özçelik, G., Aybas, M., & Uyargil, C. (2016). High Performance Work Systems and Organizational Values: Resource-based View Considerations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 332-341.
- Pak, J. (2015). Effects of Team Manager Visibility in Implementation of High Performance Work Systems on Performance. *Academy of Management Proceedings*, 1.
- Pak, J., Hyeok, C. G., & Huikun, C. (2017). Do high performance work systems improve individual outcomes? Differential effects of HR practices. *Academy of Management Proceedings*.
- Para-González, L., Jiménez-Jiménez, D., & Martínez-Lorente, Á. R. (2019). Do SHRM and HPWS shape employees' affective commitment and empowerment? *Evidence-based HRM*, 7(3), 300-324.
- Park, M. (2020). Mediating Effect of Psychological Empowerment on the Causal Relationship between High-Performance Work System and Organizational Citizenship Behavior in Social Welfare Organizations. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 8(1), 152-156.
- Peprah, E. O. (2020). The Impact of High-Performance Work Systems on Employee Engagement: The Moderating Role of Organizational Justice. *Business Excellence and Management*, 10(4), 5-22.
- Pichler, S., Varma, A., Yu, A., Beenen, G., & Davoudpour, S. (2014). High performance work systems, cultures and gender demography. *Employee Relations*, 36(6), 693-707.
- Posthuma, R. A., Campion, M. C., & Masimova, M. C. (2013). A High Performance Work Practices Taxonomy: Integrating the Literature and Directing Future Research. *Journal of Management*, 39, 1184-1220.
- Rabia, I., & Afsheen, F. (2015). Achieving Service Performance Through High Performance Work System: Psychological Empowerment as Mediator. *Advanced Science Letters*, 21(5), 1173-1175.
- Ramsay, H., Scholarios, D., & Harley, B. (2000). Employees and high performance work systems: Testing inside the black box. *British Journal of Industrial Relations*, 41, 501–531.
- Riaz, A., Shahid, M., & Ali, Q. (2021). A Moderated Mediation Model of Empowering Leadership and Employees' Innovative Work Behavior. *Journal of Management and Research*, 8(2), 252-274.
- Riaz, S., Townsend, K., & Woods, P. (2021). Understanding HRM philosophy for HPWS and employees' perceptions. *Personnel Review*, 50(3), 812-828.
- Ruiz, E., Sanchez de Pablo, J. D., & Castellanos, R. M. (2019). Do high performance work systems enhance business performance? Examining the mediating influence of total quality management. *Zbornik Radova Ekonomskog Fakulteta u Rijeci / Proceedings of Rijeka School of Economics*, 37(1), 235-258.
- Saini, D. S. (2015). Emerging Strategic Human Resource Themes for Sustainable High Performance Work Systems. *3rd HR Dialogue*, 3(1), 1-26.



- Sarwar, S., Shafique, O., Abbas, M., & Al-Ghazali, B. M. (2020). High Performance Work Systems (HPWSs) And HR Outcomes: A Sustainable Solution for Higher Education. *International Journal of Management*, 11(7), 675-694.
- Shih, H. A., Chiang, Y. H., & Hsu, C. C. (2010). High involvement work system, work–family conflict, and expatriate performance – examining Taiwanese expatriates in China. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(11), 2013-2030.
- Sienknecht, R. T., & Van Aken, E. M. (2002). A high performance work system: definitions, concepts, and practices. *PICMET '99: Portland International Conference on Management of Engineering and Technology. Proceedings Vol-1: Book of Summaries*, 1, 215.
- Snape, E., & Redman, T. (2010). HRM practices, organizational citizenship behavior, and performance: a multilevel analysis. *Journal of Management Studies*, 47, 1219–1247.
- Snell, S. A., & Morris, S. S. (2018). *Managing Human Resources*. USA, Boston: Cengage Learning.
- Stefano, F. D., Bagdadli, S., & Camuffo, A. (2018). The HR role in corporate social responsibility and sustainability: A boundary-shifting literature review. *Human Resource Management*, 57(2), 549-566.
- Suchitra, P., Sasmita, M., & Padma, C. M. (2019). High performance work system, firm performance and employee outcomes: a review. *Revista ESPACIOS*, 40(42), 29.
- Sun, Y., & Mamman, A. (2022). Adoption of high-performance work systems in small and medium-sized enterprises. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 60(3), 479-509.
- Suryaningtyas, D., & Irawanto, D. (2019). Exploring High-Performance Work Systems for Sustainability in the Hotel Industry. *Proceedings of the 1st Sampoerna University-AFBE International Conference* (s. 1-6). Jakarta Indonesia: SU-AFBE.
- Tannenbaum, S. I., & Dupuree-Bruno, L. M. (1994). The Relationship between Organizational and Environmental Factors and the Use of Innovative Human Resource Practices. *Group & Organization Management*, 19(2), 171-202.
- Varma, A., Beatty, R. W., Schneier, C. E., & Ulrich, D. O. (1999). High Performance Work Systems: Exciting Discovery or Passing Fad? *Human Resource Planning*, 26-37.
- Weller, I., Süß, J., Evanschitzky, H., & Wangenheim, F. (2020). Transformational Leadership, High-Performance Work System Consensus, and Customer Satisfaction. *Journal of Management*, 46(8), 1469-1497.
- Xi, M., He, W., Fehr, R., & Zhao, S. (2022). Feeling anxious and abusing low performers: A multilevel model of high performance work systems and abusive supervision. *Journal of Organizational Behavior*, 43, 91–111.
- Young, S., Bartram, T., Stanton, P., & Leggat, S. (2008). High Performance Work Systems and Employee well-being: The effects of Social Identification. *Australian and New Zealand Academy of Management*.
- Yufang, H., Zhenzhong, M., & Yong, M. (2017). High-performance work systems and employee engagement: Empirical evidence from China. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 56(3), 341-359.
- Zhang, J., Akhtar, M. N., Bal, P. M., Zhang, Y., & Talat, U. (2018). How Do High-Performance Work Systems Affect Individual Outcomes: A Multilevel Perspective. *Frontiers in Psychology*, 9, 1-13.
- Zhang, M., Zhu, C. J., Dowling, P. J., & Bartram, T. (2013). Exploring the effects of high-performance work systems (HPWS) on the work-related well-being of Chinese hospital employees. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(16), 3196-3212.

- Zhou, Y., Fan, X., & Son, J. (2019). How and when matter: Exploring the interaction effects of high-performance work systems, employee participation, and human capital on organizational innovation. *Human Resources Management, 58*(3), 253-268.
- Zhu, C., Liu, A., & Chen, G. (2018). High performance work systems and corporate performance: the influence of entrepreneurial orientation and organizational learning. *Frontiers of Business Research in China, 12*(4), 2-22.

## İNSAN KAYNAKLARI ROLLERİNİN ÖRGÜT KÜLTÜRÜNE ETKİSİ\*

Zekiye ERDUYGUN<sup>1</sup>, Pınar TINAZ<sup>2</sup>

### Öz

Bu çalışmada insan kaynakları rolleri ile örgüt kültürü arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmış olup insan kaynakları rollerinin dört alt boyutunun örgüt kültürüne etkisi araştırılmaktadır. Ayrıca, katılımcıların demografik özelliklerine göre insan kaynakları rolleri algı düzeylerinin ve örgüt kültürü algı düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığı da araştırılan bir diğer konudur. Araştırmanın evreni, bir hazır giyim üretim kurumunun 400 çalışanından oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise, araştırmaya katılmaya gönüllü olan 200 katılımcıdır. Araştırmanın verileri anket yöntemiyle toplanmış olup veriler, çoklu regresyon, bağımsız örneklem *t* testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gibi nicel yöntemlerle analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, insan kaynakları rollerinin stratejik ortak ve çalışan şampiyonu alt boyutlarının örgüt kültürünü pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Diğer taraftan insan kaynakları rolleri alt boyutlarından idari uzman ve değişim ajanı alt boyutlarının örgüt kültürü üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Örgüt kültürünün algılanması çalışanların demografik özelliklerine göre farklılaşmamaktadır. İnsan kaynakları rolleri alt boyutlarının da yaşa, örgütteki pozisyona, mesleki ve örgüt kıdemine göre farklılık göstermediği saptanmıştır. Cinsiyet ve eğitim düzeyi değişkenleri açısından bazı insan kaynakları rolleri alt boyutlarının kadınlar ve yüksek düzeydeki eğitimliler lehine farklılaştığı gözlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İnsan Kaynakları Roller, Örgüt Kültürü, İnsan Kaynakları

**JEL Sınıflaması:** J24, L21, M12, M51

## THE EFFECT OF HUMAN RESOURCES ROLES ON ORGANIZATIONAL CULTURE

### Abstract

This research study aims to examine the relations between human resources roles and organizational culture. In this context, the effects of four sub-dimensions of human resources roles on organizational culture have been investigated. In addition, it has been also investigated whether the perception levels of human resources roles and organizational culture perception levels differed according to the demographic characteristics of the participants. The universe of the research consisted of 400 employees working in a ready-made clothing manufacturer. The sample of the study consisted of 200 participants who volunteered to participate in the research. The data of the study were collected by questionnaire method and the collected data were analyzed with quantitative methods such as multiple regression, independent sample *t*-test and one-way analysis of variance (ANOVA). The findings of the study have showed that strategic partner and employee champion sub-dimensions of human resources roles positively affect organizational culture. On the other hand, administrative expert and change agent sub-dimensions of human resources roles do not have a significant effect on organizational culture. The perception of organizational culture does not differ according to the demographic characteristics of the employees. It has been found that the sub-dimensions of human resources roles do not differ according to age, position in the organization, professional and organizational seniority. It has been found that some sub-dimensions of human resources roles in terms of gender and education level differ in favor of women and highly educated people.

**Keywords:** Human Resources Roles, Organizational Culture, Human Resources

**JEL Classification:** J24, L21, M12, M51

<sup>1</sup> İnsan Kaynakları Direktörü, [z.sardogan@gmail.com](mailto:z.sardogan@gmail.com), ORCID: 0000-0001-8897-4384.

<sup>2</sup>Prof. Dr., Beykoz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, Psikoloji Bölümü, [pinartinaz@beykoz.edu.tr](mailto:pinartinaz@beykoz.edu.tr), ORCID: 0000-0003-3491-6503

## 1. Giriş

İnsan kaynakları (İK) yönetimi, bir örgütün insan kaynaklarının başarılı bir şekilde yönetilmesini ifade eden bir kavramdır. İK rolleri ise, İK departmanının kurum içindeki sorumluluklarının neler olduğunu tanımlamaktadır. İnsan kaynaklarının stratejik ve operasyonel kategorilere ayrılan fonksiyonları ele alındığında, insan kaynaklarının tarihsel olarak stratejik rollerine yerleşmeden önce çeşitli sorumluluklar üstlendiği görülmektedir. 1900'lerin başında, dosya sistemini takip etmek ve diğer idari işleri yürütmek gibi fonksiyonları üstlenen İK departmanı, 1960'lardan 1990'lara kadar operasyonel görevleri yerine getiren, örgüt içinde daha çok idari sorumlulukları olan ve 1990'lardan itibaren stratejik olarak kritik roller üstlenen bir departman görünümünü almıştır (Battal, 2007).

Günümüzde örgütler ve örgüt yapıları küreselleşme, müşteri talepleri, teknolojinin gelişmesi ve inovasyon ile bilgi ve iletişim imkânlarının kullanılabilirliğinin getirdiği hızlı değişen ve gelişen çevre koşullarından kapsamlı şekilde etkilenmektedir. Bu süreçten örgütlerde İK fonksiyonlarını yürüten departmanlar da etkilenmektedir. Tüm bu değişim ve dönüşümler neticesinde yeni İK faaliyetleri ortaya çıkmaktadır.

İK departmanlarının farklı rolleri bulunmaktadır. Bu roller stratejik ortak rolü, idari uzman rolü, çalışanların şampiyonu rolü ve değişim ajanı rolüdür.

Stratejik ortak rolü; İK uygulamalarının, süreçlerinin ve politikalarının örgütlerin genel stratejisine uygun olarak kullanılmasını ifade etmektedir. İdari uzman rolü; İK süreçlerinin örgüt içinde nasıl daha etkin hale getirileceğini ifade etmektedir. Çalışan şampiyon rolü; çalışanların örgüte katkılarının nasıl artırılacağını ele almaktadır. Değişim ajanı rolü; örgütteki değişimin nasıl uygulanacağını ele almaktadır.

Bir örgütün yapısı ve işleyişiyle ilgili önemli kavramlardan bir diğeri de örgüt kültürüdür. Toplumlar gibi örgütlerin de özelliklerini belirleyen ve onlara bir kimlik kazandıran kültürleri bulunmaktadır. Bu kültür her ne kadar örgütün içinde bulunduğu kültürün özelliklerini yansıtsa da aynı toplumsal kültürün içindeki farklı örgütlerin kendilerine ait belirleyici kültürleri bulunmaktadır (Harem, 2004). Örgüt kültürü örgütün varlığı, performansı ve sürdürülebilirliği yanında çalışanların motivasyonu için kritik bir öneme sahip olduğundan örgütler, güçlü ve sağlıklı bir örgüt kültürü inşa etmek çabasındadırlar (Al-Rakhimi, 2000; Aktaş, Çiçek ve Kıyak, 2011). Bu araştırmada İK rollerinin örgüt kültürü üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Alanyazında İK rolleri ve örgüt kültürü üzerine yapılmış çok sayıda bilimsel

araştırma bulunmaktadır (Storey, 1992; Ulrich ve Beatty, 2001; Yılmaz, 2006; Kılıç, 2006; Schein, 2010; Aktaş vd., 2011; Durendez vd., 2011; Tüzüner, 2014). Ancak, İK rollerinin örgüt kültürü üzerindeki etkilerini inceleyen bilimsel araştırmalar nadiren yapılmıştır (Kosa, 2010; Yıldırım, 2013). Bu kapsamda bu araştırmanın alanyazına bir katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Ayrıca, araştırmadan elde edilen bulguların İK rolleri ile örgüt kültürü arasındaki ilişkiyi daha iyi anlamaya ve böylece daha güçlü bir örgüt kültürü geliştirerek örgütün performansının artırılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## **2. Kuramsal ve Kavramsal Çerçeve**

### **2.1. İnsan Kaynakları Roller**

İK rollerinin görece yeni bir tarihi vardır. Bununla birlikte tarihi gelişim, değişim ve dönüşüm içinde İK rolleri çok çeşitli fonksiyonlar üstlenmiştir. 1950'lere kadar İK bölümleri çalışanların sorunları ve yasal uyum temelinde faaliyetler yürütmekteydi ve sorumluluk alanı bu işlerle sınırlıydı.

İlerleyen dönemde, işe alım ve ücret sistemlerindeki değişikliklerin başlamasına rağmen 1960'lı yıllarda İK departmanları kurumda idari rutin işleri yapan bir "kayıt memuru" olarak kabul edilmekteydi (Tüzüner, 2014). 1970'lere gelindiğinde çalışma ilişkilerine ilişkin faaliyetler görevlerine eklenen İK departmanları, sözleşmeleri denetleyen ve toplu pazarlık sürecinde müzakereci olarak hareket eden iş bölümleri haline gelmiştir. Ayrıca, anılan departman personel politikaları ve prosedürlerini yöneten bir "endüstriyel ilişkiler uzmanı" ve 1980'lerde ise iş planını tasarlayan bir "mimar" olarak öne çıkmıştır (Tüzüner, 2014). Tüm bu pozisyonlar süreç olarak ele alındığında, İK fonksiyonlarının stratejik olmayan bir halden stratejik bir duruma evrildiği açıktır. 1980'lerde yapılan araştırmalar İK'ye örgüt içinde yeterince önem verilmemesi ve personel yöneticilerinin örgüt içinde üstlendikleri rollerin belirsiz olması nedeniyle İK'nın örgütlerde reaktif bir rol oynadığını göstermektedir. Bu araştırmalara göre İK örgütün genel stratejisinin bir parçası olarak görülmemektedir. Örgütteki diğer yöneticilerin İK rolünü şirket içinde bir idari ve uzmanlık görevi olarak gördükleri anlaşılmaktadır (Tyson, 1995). 1980'ler boyunca İK rolleriyle ilgili eksikliklerin saptanması ve düzeltilmesi için çok sayıda çalışma yapılmış olmasına rağmen, bu çalışmaların insan kaynaklarının rekabet avantajı elde etmek için yeni bir kaynak olarak görülmesinde çok az etkisi olmuştur. İK yöneticileri de bu süreçte kendi faaliyetlerine daha fazla bir önem atfetmemişlerdir. 1990'lara gelindiğinde, strateji üzerinde yeni bir vurgu gelişmiş ve İK sistemlerinin önemi artmaya başlamıştır. Hem araştırmacılar hem de uygulayıcılar, İK

sistemlerinin uyumlu hale getirilmesinin kuruluşun genel strateji uygulama çabaları üzerindeki olumlu etkisine dikkat çekerek, bu uyumun kalitesini değerlendirmeye başlamışlardır (Becker vd., 2001).

### **2.1.1. İnsan Kaynakları Rollerini Yaklaşımları**

İK rollerinin, farklı yaklaşımlarla ele alındığı ve farklı bakış açılarıyla açıklanmaya çalışıldığı görülmektedir. İK rolleri ile ilgili olarak belli başlı dokuz yaklaşımdan söz etmek mümkündür. Bu yaklaşımlar ve İK rollerini ele alışı tarzları aşağıda özet olarak açıklanmaktadır.

Harschnek vd. tam ortak, vitrin, satıcı ve günlük çalışan gibi İK pozisyonlarını ele almaktadır. Bu yaklaşıma göre İK işlevleri, rollerine bağlı olarak farklılık göstermektedir. Üst yönetimin insan kaynaklarına verdiği önemin ve desteğin diğerlerinden daha fazla olduğu; İK yöneticilerinin de diğer yöneticilerle eşit söz sahibi olduğu ifade edilmektedir. İK'nın vitrin rolü; İK'nın örgütteki sorunlara gerçek çözümler üretmek yerine sadece düşük maliyetli uygulamalar için yönetimi ikna edebildiği ölçüde destek alabilmesi anlamına gelmektedir (Harschnek, vd., 1978).

Beach'in İK rolleri, yaklaşımı insan kaynaklarının örgüt içindeki diğer departmanlarla ilişkileri destekleme, danışma veya kolaylaştırma becerisini vurgulamaktadır. Ayrıca, insan kaynaklarının politika oluşturma, danışman, hizmet sağlayıcı ve kontrol olmak üzere dört farklı rolü olduğunu ileri sürmektedir (Beach, 1980).

Tyson ve Fell'in İK rolleri yaklaşımına göre insan kaynaklarının üç geleneksel işlevi bulunmaktadır. Bunlar, idari yönetici, sözleşme yöneticisi ve mimar olarak sıralanmaktadır. Bu İK pozisyonu, stratejik olmayan idari destek olarak hizmet etmektedir. Örgütte İK için az sayıda fonksiyon tanımlanmıştır. İK'nin temel sorumlulukları arasında personel konularının ele alınması ve tedarik seçim sürecinde bölüm yöneticilerine yardımcı olunması yer almaktadır (Tyson, 1995).

Storey İK rolleri yaklaşımında, İngiliz kamu ve özel sektörlerindeki çalışmalarına dayanarak İK için değişim yaratıcısı, danışmanı, düzenleyicisi ve hizmet tedarikçisi olmak üzere dört potansiyel pozisyonun ana hatlarını çizmiştir. Değişim yaratan konumu, insan kaynaklarının müdahaleci yönüne, stratejik kavrayışına ve insan kaynaklarının çalışan motivasyonunu ve katılımını artırma gibi hem davranışsal hem de örgütsel performansa hitap eden kesin nicel kriterlere dayanmaktadır. Düzenleyici rolü, insan kaynaklarının müdahaleci boyutunda olup, endüstriyel ilişkiler politikası, izleme, uygulama, denetleme ve diğer tipik İK işlevlerini

kapsamaktadır. İnsan kaynaklarının danışman pozisyonuna göre İK, işlevsel uzmanlık alanlarında yöneticilere destek sunan dâhili bir danışmanlık birimi olarak hizmet etmektedir.

Hizmet sağlayıcı fonksiyonu, İK bölüm yöneticilerine odaklanan ve bölüm yöneticilerinin günlük görevlerini yürüten reaktif, müdahaleci olmayan bir roldür (Storey, 1992).

İK rollerine ilişkin Caldwell tarafından geliştirilen bir diğer yaklaşım ise, Storey'in yaklaşımı ile benzerlik göstermektedir ve dört boyuttan oluşmaktadır. Bunlar, danışman, hizmet sağlayıcı, düzenleyici ve değişim ajanı olarak sıralanmaktadır. Caldwell, danışman işlevini insan kaynaklarının en önemli işlevlerinden biri olarak görmektedir. İK fonksiyonları stratejik olarak yürütülerek, İK bir iç danışman gibi, talimatlar vermeden veya gereğinden fazla kuralcı olmadan, yetki alanlarındaki konularda bölüm yöneticilerine zorlayıcı yardım sağlamaktadır. Böylece bölüm yöneticilerinin karar verme süreçleri aksamayacaktır. Bu rol, değişim aracısı rolüyle daha uyumlu bir şekilde yapılabilmektedir (Caldwell, 1992).

Schuler'e ait İK rolleri yaklaşımı iş ortağı (iş), etkinleştirici, süpervizör (izleme), yenilikçi ve bağdaştırıcı gibi hususları İK fonksiyonları olarak ele almaktadır. Schuler'e göre oldukça rekabetçi bir ortamda faaliyet gösteren işletmeler, şirket içindeki İK departmanı için çeşitli roller oluşturmuştur. Bu roller, şirketin daha verimli çalışmasına yardımcı olurken, çalışan memnuniyetini de artırmaktadır. Ayrıca, örgütün yasal görevlerini yerine getirmesine yardımcı olmakta, rekabet avantajı sağlamakta ve iş gücü esnekliği sağlamaktadır (Schuler, 1994).

Ulrich'in geliştirdiği İK rolleri yaklaşımı, dünya literatüründe kapsamlı bir şekilde incelenen İK rolleri arasında en iyi sistematik çerçeve olarak değerlendirilmektedir (Caldwell, 1992). Ulrich, İnsan Kaynakları Şampiyonları adlı kitabında insan kaynaklarının dört temel görevine odaklanmıştır. Bunlar, örgüt planlarını İK stratejileriyle uyumlu hale getirerek İK stratejilerini uygulamak, şirketlerde idari etkinliği sağlamak, çalışan katkısı ve değişim kapasitesini geliştirmek olarak sıralanmaktadır. Ulrich'e göre İK uygulayıcıları, kuruma değer katan sonuç odaklı İK uygulamaları tasarlamaya odaklanmalıdır (Ulrich, 1997).

Brockbank tarafından geliştirilen İK rolleri yaklaşımı, İK işlerini tanımlarken stratejik ve operasyonel olmak üzere iki boyutu ele almaktadır. Stratejik İK pozisyonları uzun vadeli, kapsamlı, planlı, entegre ve yüksek katma değerli operasyonları kapsarken, operasyonel İK rolleri günlük operasyonları ele almaktadır.

İnsan kaynaklarının operasyonel veya stratejik olarak değerlendirilmesinde kriterlerden biri olarak insan kaynaklarının proaktif veya reaktif bir rol oynadığını ve insan kaynaklarının

şirketlerin rekabet avantajı elde etmesine yardımcı olmak için farklı türde sorumlulukları kullandığını iddia etmektedir (Brockbank, 1999: 345).

Ulrich ve Beatty geliştirdikleri yaklaşımla bir adım daha ileri giderek insan kaynaklarının stratejik ortaklık pozisyonunda bir ortaktan ziyade stratejik bir aktör olması gerektiğini önermişlerdir. İnsan kaynakları, iş oyununda örgütün stratejik hedeflerini destekleyecek ve bu oyunda sahada fark yaratacaktır. İnsan kaynaklarının çalışmalarını koç, mimar, inşaatçı, kolaylaştırıcı ve hakem rollerini oynayarak yürütmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Bu sorumlulukları üstlenen İK, değer katarak kuruluşun rekabet avantajına katkıda bulunacaktır (Ulrich ve Beatty, 2001).

## 2.2. Örgüt Kültürü

Örgütün varlığı süresince oluşan inançlar, beklentiler ve değerler örüntüsü olarak tanımlanan örgüt kültürü sanayileşme ve devamında küreselleşme ile meydana gelen değişimlere bağlı olarak örgüt çalışanlarının tutum, değer ve geleneklerine ve örgüt yaşamının kültürel yönüne önem verilmesinin bir gereği olarak ortaya çıkmıştır (Tınaz, 2021). Örgüt kültürü ilk kez 1951'de Jaques tarafından imalat endüstrisindeki kültürel yönleri kapsayan ticari bir ortam olarak tanımlanmıştır. Daha sonra 80'li yıllarda örgüt kültürü kavramı özellikle ABD'de bilimsel araştırmaların konusu olmuştur. Bu yıllarda üretilen Örgüt Kültürü Teorisi sosyoloji, antropoloji ve sosyal psikoloji gibi sosyal bilim disiplinlerini kullanarak farklı ülkelerdeki örgütlerin örgüt kültürlerini açıklamayı amaçlamıştır (Denison, 1990). Sonraki yıllarda bilim insanları yaptıkları çalışmalarla örgüt kültürü kavramını işletme ve liderlik alanlarında öne çıkan bir konu haline getirmişlerdir (Childress, 2013).

Çalışanların sahip oldukları inançlar ve bu inançların karşılığı olan somut davranışlar, karar verme süreçleri ve denetim faaliyetleri örgüt kültürünü oluşturur (Schein, 2010).

Örgüt kültürünü karakterize etmek için hem popüler kültürden hem de amaçtan ortaya çıkan anlamlar ağını incelemek çok önemlidir.

Aktaş vd. (2011) örgüt kültürünün bir örgütteki iş ortamının önemli bir bileşeni olduğunu ve bir örgütün performansını iyileştirmesine yardımcı olabileceğini ileri sürmüştür. Bu, dünyanın her yerindeki işletmelerin, kurumsal performansı geliştirirken aynı zamanda yenilik ve teknolojik gelişmeleri barındırabilen güçlü bir örgüt kültürü oluşturmaya çalışmasının temel nedenidir.



Örgütler, daha geniş açıdan ele alındıklarında topluma bağlı olduğu için topluluk kültürünün bir parçasıdır. Dolayısıyla zaman içindeki büyümesi, yönetimi, başarı ve üretkenliği bu kültürden etkilenmektedir. Davranışın etkinliği ve niteliği işçi sınıfı tarafından belirlendiği için yönetim, bir şirketin performansını ve toplumu değerlendirirken ahlaki ve etik kaygılara öncelik verir (Harem, 2004).

Değerler, gelenekler ve varsayımlar örgüt kültürünün temelleridir (Schein, 2010). Bu üç faktör, örgütün etkili bir kültürü sürdürme yeteneğine katkıda bulunur. Törenler ve töre, gelenekler (ritüeller), hikayeler, mitler, semboller, dil ve kahramanlar ise örgüt kültürünün somut ifadeleridir. Bireylerin veya toplulukların ne kadar ahlaklı ve yetkin olduğu değerlendirildiğinde ve bunlar arasında karşılaştırma yapıldığında kullandığımız kriterler, değerlerdir. Değerler bir sosyal grup tarafından ilke olarak benimsenir ve grup üyelerinin eylemlerine yön verir (Ülgen, 1969). Değerlerin birincil amacı, çeşitli ortamlarda davranışı yöneten kişisel standartlar sunmaktır (Hodgkinson, 2008). Değerler, bir örgütün görüşlerini ve iş hedeflerini temsil eder (Childress, 2013).

Varsayımlar ise, örgütün yazılı olmayan ancak önemli olan düzenlemelerini yansıtır. İş süreçleri, işyeri ortamları ve örgüt yapıları gibi unsurlar örgüt kültürünün görünür kısımlarını yansıtır. Varsayımlar, çalışanların tutumlarını ve sonuç olarak günlük eylemlerinin somut sonuçlarını etkileyen en önemli kültürel yönlerden biridir. Varsayımlar, örgüt üyelerinin algı, fikir, duygu ve davranışlarına yön veren ve doğru-yanlış, anlamlı-anlamsız, olası-ımkânsız gibi ön kabuller olarak hizmet eden tartışılmaz gerçeklerdir.

Varsayımlar, zaman içinde aldıkları geçerliliğe dayalı olarak değerlere rehberlik eder (Koçel, 2013).

Örgüt kültürünün örgütler için kritik öneme sahip olduğu vurgulanmaktadır. Örgüt kültürünün örgüt içindeki rolleri şu şekilde tanımlanmıştır (Jad Al-Rab, 2005): Örgüt kültürü sayesinde örgüt içinde ve örgütün dışında uyum ve bütünleşme sağlanır. Planlamacılar tarafından sahip olunan görüşler ve değerler, doğrudan veya dolaylı olarak örgüt kültüründen etkilenir. Sonuç olarak kültürel doku, grup üyeleri arasındaki ortak değer ve inanç türlerini ve bunların iç ve dış çevre ile olan bağlantılarını ayırt edebilir.

Güçlü örgüt kültürü sayesinde örgütler kendilerini rakiplerinden daha yenilikçi, verimli, odaklanmış ve görünür olarak ayırabilirler. Örgüt kültürü, çalışanlara işlerin nasıl ele alındığını daha iyi anlamının yanı sıra daha net bir vizyon sağlar. Örgüt kültürü çalışanların üst yönetimin

kararlarına olan ilgisini gösterir. Güçlü örgütü kültürüne sahip örgütlerde kâr yerine ortak yarar için çalışmak teşvik edilir.

Örgüt kültürünün çalışanları motive etmekte etkili olduğu da rapor edilmiştir (Al-Rakhimi, 2000). Bu görüşe göre güçlü örgütsel kültüre sahip ve dolayısıyla çalışanlarının değişen tercihlerini düşünmek için daha fazla zaman ve çaba harcayan örgütlerin ödüllendirilme olasılığı daha yüksektir. Açık ve tutarlı bir etik kavramına sahip bir örgüt, ilgisiz bir iş gücünü motive etmeye çalışan bir örgütten daha güçlüdür. Öte yandan örgüt kültürünün çalışanlara görevlerini yerine getirmeleri ve kişisel beklentilerini kurum kültürüyle uyumlu hale getirmeleri için iyi tanımlanmış bir çerçeve sağladığı belirtilmiştir (Muslim, 1996).

Kotter ve Heskett (1992), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki 200'den fazla kuruluş üzerinde yaptıkları bir çalışmada, örgüt kültürü ile iş performansı arasında güçlü bir bağlantı olduğunu saptamışlardır Sharma ve Good (2013), örgüt kültürünün verimlilik ve performans üzerindeki etkisini araştırmak için gerçekleştirdikleri deneysel çalışmada örgüt kültürünün, örgütsel performansın önemli bir bileşeni ve uzun vadeli rekabet avantajı kaynağı olduğunu bulgularla kanıtlanmışlardır (Childress, 2013).

### **2.2.1. Örgüt Kültürü Modelleri**

Örgüt kültürünü açıklayan dört temel örgüt kültürü modeli bulunmaktadır. Bunlar aşağıda açıklanmıştır.

Hofstede örgütsel kültür modeli güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireysellik/sosyallik ve erillik/dişillik boyutlarından oluşur (Alamur, 2005). Güç mesafesi boyutu bir toplumda kişi ve kuruluşlar arasında gücün eşit olmayan dağılımını ifade eder. Belirsizlikten kaçınma boyutu bilginin yetersiz olduğu veya bilinmediği, karmaşıklığın olduğu, değişikliklerin hızlı ve beklenmedik bir şekilde gerçekleştiği durumlarda örgütün kaygı düzeyi ile ilgilidir. Bireysellik/sosyallik boyutu toplumun üyesinin ait olduğu grubun gereksinimleri ile kişisel ihtiyaçları arasındaki tercih ile ilgilidir. Erillik/dişillik boyutu işyerinde kadın ve erkeğe atanan rollere atıfta bulunur.

Quinn ve Cameron'ın Örgüt Kültürü Modeli, kültürün örgütsel başarı ve etkinlikteki önemine dayanmakta olup rekabetçi değerler olarak adlandırılan bu model klan, adhokrasi, hiyerarşi ve pazar olmak üzere dört temel kültür biçimini ortaya koymaktadır (Yılmaz, 2006). Klan kültürü sadakat, katılım, takım çalışması ve aile değerlerini vurgular adhokrasi kültürü yaratıcılığı, buluşu ve risk almayı vurgular; hiyerarşi kültürü komuta, kurallar ve düzenlemeler ile

verimliliği vurgular ve pazar kültürü rekabeti, çevreyi ve etkileşimi vurgular (Cameron ve Quinn, 1999; Durendez vd., 2011).

Harrison ve Handy'nin Örgüt Kültürü Modeli örgüt kültürlerini resmileşme ve merkezileşme derecelerine göre dört kategoride sınıflandırmışlardır: Rol kültürü, emek (görev) kültürü, güç kültürü ve bireysel (atomistik) kültür (Naktiyok, 1999). Bu model, kültürleri ifade etmek için Yunan mitolojisindeki tanrı isimleri kullanılmaktadır (Battal, 2007). Apollon'un Rol Kültürü, bürokratik ve hiyerarşik özelliklerin ve ideallerin öne çıktığı, oldukça resmi ve merkezi bir kültürdür. Misyon Kültüründe (Athena), kuruluşun hedefleri ve bir görev etrafında yapılandırılmış disiplinler arası çalışma grupları temel kaygılardır. Güç Kültürü (Zeus), merkezi otoritenin etkisi ve gücü ile merkeze bağlanır. Bireysel Kültürde ise (Dionisus) birey, kültürün merkezindedir.

Peters ve Waterman'ın Örgüt Kültürü Modeline göre mükemmel firmaların sekiz temel kültürel ilkesi ve uygulaması vardır (Kılıç, 2006). Bunlar aktif olmak, müşterilerle sürekli iletişim halinde olmak, girişimciliği teşvik etmek, insana değer vererek üretkenliği artırmak, az çalışanlı basit organizasyon yapısına sahip olmak, temel bir iş değerine önem vermek, en bilinen işte kalmak ve aynı durum için gevşek ve sıkı kontrol mekanizmalarını kullanmaktır.

### 3. Metodoloji

#### 3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Bu çalışmada İK rolleri ile örgüt kültürü arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda İK rolleri 4 alt boyutunun, örgüt kültürü üzerindeki etkileri incelenmiştir. Ayrıca, İK rolleri toplam düzeyinin ve 4 alt boyutu düzeylerinin ve örgüt kültürü düzeylerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Bu araştırma nicel bir araştırma deseni içerisinde ve ilişkisel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmanın 3 ana 4 de alt olmak üzere toplam 7 hipotezi bulunmaktadır. Bu hipotezler aşağıda gösterilmiştir.

H<sub>1</sub>: İK rolleri örgüt kültürünü etkiler.

H<sub>1a</sub>: İK rolleri stratejik ortak alt boyutu örgüt kültürünü etkiler.

H<sub>1b</sub>: İK rolleri idari uzman alt boyutu örgüt kültürünü etkiler.

H<sub>1c</sub>: İK rolleri çalışanların şampiyonu alt boyutu örgüt kültürünü etkiler.

H<sub>1d</sub>: İK rolleri değişim ajanı alt boyutu örgüt kültürünü etkiler.

H<sub>2</sub>: İK rolleri düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşır.

H<sub>3</sub>: Örgüt kültürü düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşır

### 3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri anket formları kullanılarak toplanmıştır. Anket formları kişisel bildirim formu, İK Roller Ölçeği ve Örgüt Kültürü Ölçeği olmak üzere üç ayrı bölümden oluşmuştur. Kişisel bildirim formundaki 7 soru ile katılımcıların demografik bilgileri hedeflenmiştir.

İK Roller Ölçeği D. Ulrich ve J. Conner tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 40 maddeden oluşan 5'li Likert tipinde bir ölçektir. Ölçeğin 4 alt boyutu vardır. Bunlar stratejik ortak (10 madde), idari uzman (10 madde), çalışan şampiyonu (10 madde) ve değişim ajanı (10 madde) alt boyutlarıdır (Ulrich, 1997).

Örgüt Kültürü Ölçeği ise Cameron ve Quin (1999) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 16 maddeden oluşan 5'li Likert tipinde bir ölçektir. Ölçek bu çalışmada tek faktörlü bir yapıda kullanılmıştır.

### 3.3. Araştırmanın Evren, Örnekleme ve Veri Analizi

Araştırmanın evrenini bir hazır giyim firmasında çalışan 400 kişi oluşturmaktadır. Bu evren içerisinde araştırmaya katılmayı gönüllü 200 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Örneklemin cinsiyet, yaş ve eğitim düzeyi açısından evreni temsil edici olmasına özen gösterilmiştir. Araştırmanın verileri 2022 yılı içerisinde Google formları kullanılarak hazırlanıp paylaşılan link üzerinden online olarak toplanmıştır.

Araştırmanın verileri IBM SPSS 26.0 programı üzerinde analiz edilmiştir. İlişki ve etki analizleri için Pearson momentler çarpımı korelasyon testi ve çoklu regresyon testi kullanılmıştır. Fark analizleri için ise bağımsız örneklem *t* testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmıştır. Araştırma öncesinde Beykoz Üniversitesi Etik Kurulundan Toplantı Tarihi: 13.04.2022 / Toplantı No: 12 / Toplantı Karar Sayısı: 2022/1-3 olmak üzere etik kurul izni alınarak çalışmaya başlanmıştır.

## 4. Bulgular

### 4.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Tablo 4.1'deki bulgulara göre katılımcıların %82,5'i erkek iken %17,5'i kadındır.

Katılımcıların %55,0'inin yaşları 18-25 arasında ve %44,0'ünün yaşları 26-46 arasındadır. Katılımcıların %79,5'i bekar. Evli olanların oranı ise %20,5'tir.

Katılımcıların %21,0'i lise mezunu, %29,0'ı ön lisans mezunu, %42,5'i lisans mezunu ve %7,5'i de lisansüstü mezundur. Katılımcıların %22,5'i işletmelerde yönetsel pozisyonlarda görev yaparlarken %77,5'i ise yönetsel olmayan pozisyonlarda görev yapmaktadırlar. Katılımcıların %62,5'i 5 yıl ve altında mesleki tecrübeye sahipken 6-10 tecrübesi olanların oranı %22,5 ve 11 yıl ve üzerinde tecrübesi olanların oranı da %15,0'dir. Katılımcıların %75,0'i 5 yıl ve altında işletme tecrübesine sahipken 6-10 tecrübesi olanların oranı %16,0 ve 11 yıl ve üzerinde tecrübesi olanların oranı da %9,0'dur.

**Tablo 4.1.** Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	35	17,5
	Kadın	165	82,5
Yaş	18-25 yaş	110	55,0
	26-46 yaş	88	44,0
Medeni Durum	Bekar	159	79,5
	Evli	41	20,5
Eğitim Durumu	Lise	42	21,0
	Ön lisans	58	29,0
	Lisans	85	42,5
	Yüksek	15	7,5
Pozisyon	Yönetsel	45	22,5
	Yönetsel Olmayan	155	77,5
Mesleki Tecrübe	5 yıl ve altı	125	62,5
	6-10 yıl	45	22,5
	11 yıl ve üzeri	30	15,0
İşletme Tecrübe	5 yıl ve altı	150	75,0
	6-10 yıl	32	16,0
	11-15 yıl	18	9,0

#### 4.2. Güvenirlilik Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerinin analiz edilmesi için iç tutarlılık katsayıları (Cronbach's Alpha) hesaplanmıştır (Tablo 4.2). Araştırmada kullanılan 6 ölçeğin de iç tutarlılık katsayıları 0,80 ve üzerinde olduğundan araştırmanın ölçekleri yüksek güvenilirlikteki ölçekler olarak kabul edilmişlerdir (Nakip ve Yaraş, 2017).

**Tablo 4.2.** Güvenirlilik Analizi

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
İK Roller Stratejik Ortak Ölçeği	10	0,87
İK Roller İdari Uzman Ölçeği	10	0,88
İK Roller Çalışanların Şampiyonu Ölçeği	10	0,89
İK Roller Değişim Ajanı Ölçeği	10	0,89
İK Roller Ölçeği TOPLAM	40	0,97
Örgüt Kültürü TOPLAM	16	0,90

### 4.3. Normallik Analizi ve Betimsel İstatistikler

Tablo 4.3'teki araştırmada kullanılan 6 ölçeğe ait betimsel bulgular incelendiğinde katılımcıların İK rolleri toplam puanının ve alt boyutları puanlarının ortalamasının 4,00 civarında olduğu görülmektedir. Anket formunda 4 değerinin "katılıyorum" ifadesini karşıladığı hatırlanırsa katılımcıların İK rolleri ile ilgili ifadeleri onayladıkları ve İK rolleri toplam düzeyinin ve 4 alt boyutları düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir. Katılımcıların örgüt kültürü ölçeği puanının ortalaması da İK rolleri puanlarından nispeten düşük olsa da yine de 4,00 değerine yakındır. Bu nedenle katılımcıların örgüt kültürü ile ilgili ifadeleri onayladıkları ve örgüt kültürü toplam düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 4.3'te araştırmada kullanılan 6 ölçeğe ait çarpıklık ve basıklık değerleri de gösterilmiştir. Bu değerlerler kriter değer olarak belirtilen  $\pm 2$  aralığında veya bu değerlere yakın olduğundan verilerin dağılımının normal olduğu kabul edilmiştir (George ve Mallery, 2010).

**Tablo 4.3.** Normallik Analizi ve Betimsel İstatistikler

Değişkenler	Min.	Max.	$\bar{X}$	Ss	Çarpıklık	Basıklık
İK Roller Stratejik	1,40	5,00	3,96	0,53	-0,57	2,43
İK Roller İdari Uzman	1,70	5,00	4,02	0,53	-0,84	3,06
İK Roller Çalışan	1,50	5,00	3,73	0,70	-0,30	0,12
İK Roller Değişim	1,90	5,00	3,93	0,57	-0,31	0,49
İK Roller TOPLAM	1,68	5,00	3,91	0,55	-0,40	1,43
Örgüt Kültürü	1,88	5,00	3,86	0,56	-0,25	0,95

### 4.4. İlişki ve Etki Analizleri

Tablo 4.4'teki katılımcıların İK rolleri toplam düzeyi ve dört alt boyutu düzeyleri ile onların örgüt kültürü düzeyleri arasındaki ilişkiye ait bulgulara göre katılımcıların İK rolleri toplam

düzeyi ile onların örgüt kültürü düzeyleri arasında pozitif yönlü orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $r=0,53$  ve  $p<0,05$ ). Bir diğer deyişle, katılımcıların İK rolleri toplam düzeyi ile onların örgüt kültürü düzeylerinden birinde olan bir artış değerinde de bir artış olarak gözlemlenmektedir. Tersine, bunlardan birisinde olan azalma değerinde de bir azalma olarak gözlemlenmektedir. Bulgular katılımcıların İK rolleri 4 alt boyutu düzeyi ile onların örgüt kültürü düzeyleri arasında pozitif yönlü orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir (sırasıyla;  $r=0,54$  ve  $p<0,05$ ,  $r=0,46$  ve  $p<0,05$ ,  $r=0,48$  ve  $p<0,05$ ,  $r=0,50$  ve  $p<0,05$ ). Bir diğer deyişle, İK rolleri 4 alt boyutu düzeyi ile onların örgüt kültürü düzeylerinden birinde olan bir artış değerinde de bir artış olarak gözlemlenmektedir. Tersine, bunlardan birisinde olan azalma değerinde de bir azalma olarak gözlemlenmektedir.

**Tablo 3.4.** İK Roller Toplamı ve Dört Alt Boyutu ile Örgüt Kültürü Arasındaki İlişkiler

Değişkenler	1	2	3	4	5
1.İK Roller Stratejik Ortak	1				
2.İK Roller İdari Uzman	0,90**	1			
3.İK Roller Çalışan	0,79**	0,81**	1		
4.İK Roller Değişim Ajanı	0,89**	0,86**	0,85**	1	
5.İK Roller TOPLAM	0,94**	0,94**	0,93**	0,95**	1
6.Örgüt Kültürü TOPLAM	0,54**	0,46**	0,48**	0,50**	0,53**

\*\* Değişkenler arasındaki ilişki 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.5'te katılımcıların İK rolleri 4 alt boyutu düzeylerinin onların örgüt kültürü düzeyleri üzerine etkisine ilişkin çoklu regresyon analizinden elde edilen bulgular gösterilmiştir. Durbin Watson değeri 1,0'dan büyük olduğu ve VIF değerleri de 10'dan küçük olduğu için bulgular çoklu regresyon analizlerinin oto-korelasyon ve çoklu bağlantı (multicollinearity) probleminden etkilenmediğini göstermiştir (Nimon, 2010). Tablo 4.5'teki bulgular İK rolleri 4 alt boyutu düzeylerinin örgüt kültürü düzeyleri üzerinde %30'luk bir varyans açıkladığını ve açıklanan bu varyans miktarının istatistikî olarak anlamlı olduğunu göstermiştir ( $F = 21,95$ ,  $p<0,01$ ). Bir diğer deyişle, örgüt kültürü %30 oranında bu 4 alt boyut ile açıklanabilmektedir. Ancak, bu 4 alt boyuttan sadece 2 tanesinin örgüt kültürü düzeyi üzerinde istatistikî olarak anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Stratejik ortak ve çalışanların şampiyonu alt boyutunun örgüt kültürü düzeyi üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi bulunmuştur ( $\beta = 0,54$ ,  $p<0,05$  ve  $\beta = 0,25$ ,  $p<0,05$ ). İdari uzman ve değişim ajanı alt boyutlarının örgüt kültürü düzeyi üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisi tespit edilmemiştir ( $\beta = -0,22$ ,  $p>0,05$  ve  $\beta = -0,01$ ,  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.4.** İK Rollerini 4 Alt Boyutunun Örgüt Kültürü Üzerine Etkisi Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Örgüt Kültürü							
Bağımsız Değişken	B	S.	$\beta$	$t$	$p$	VIF	D-W
Sabit	1,80	0,27		6,75	0,00		
Stratejik Ortak	0,57	0,17	0,54	3,38	<b>0,00</b>	7,31	
İdari Uzman	-0,23	0,15	-0,22	-1,51	0,13	6,12	1,93
Çalışan Şampiyonu	0,20	0,09	0,25	2,16	<b>0,03</b>	3,85	
Değişim Ajanı	-0,01	0,15	-0,01	-0,04	0,97	6,55	
<b>R: 0,56</b>	<b>F: 21,95</b>						
<b>Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: 0,30</b>	<b>p: 0,00</b>						

#### 4.5 Fark Analizleri

Bu kısımda İK rolleri ve örgüt kültürü açısından katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık olup olmadığına ilişkin yapılan analizlerin bulguları sunulmuştur. Bu kapsamda İK rolleri toplam düzeyinin, stratejik ortak, çalışanların şampiyonu, idari uzman ve değişim ajanı alt boyutları düzeyinin ve örgüt kültürü düzeyinin katılımcıların cinsiyetine, yaşına, medeni durumuna, eğitim düzeyine, iş hayatındaki toplam çalışma süresine, kurumdaki görev süresine ve yönetsel pozisyonda olup olmadıklarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiştir.

Tablo 4.6'daki bulgulara göre İK rolleri toplam düzeyi, stratejik ortak ve idari uzman alt boyutları düzeyleri katılımcıların cinsiyetine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Bu değişkenler için kadınların düzeyleri erkeklerinkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir (sırasıyla;  $t=2,07$  ve  $p<0,05$ ,  $t=-1,94$  ve  $p<0,05$  ve  $t=-2,35$  ve  $p<0,05$ ).

Diğer taraftan İK rolleri çalışanların şampiyonu ve değişim ajanı alt boyutları düzeyleri ve örgüt kültürü düzeyi için erkek ve kadın katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ( $t$  değerleri için  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.6.** Cinsiyete Göre Fark Analizleri

	Cinsiyet	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		$t$ Testi	
					F	$p$	$t$	$p$
Stratejik Ortak	Erkek	35	3,80	0,60	2,96	0,09	-1,94	<b>0,05</b>
	Kadın	165	3,99	0,51				
İdari Uzman	Erkek	35	3,79	0,67	4,53	0,03	-2,35	<b>0,02</b>
	Kadın	165	4,07	0,48				



Çalışan Şampiyonu	Erkek	35	3,58	0,86	5,99	0,02	-1,14	0,26
	Kadın	165	3,76	0,65				
Değişim Ajanı	Erkek	35	3,78	0,64	1,25	0,26	-1,78	0,08
	Kadın	165	3,97	0,55				
İK Roller TOPLAM	Erkek	35	3,74	0,66	2,88	0,09	-2,07	<b>0,04</b>
	Kadın	165	3,95	0,51				
Örgütsel Kültür TOPLAM	Erkek	35	3,86	0,53	0,54	0,46	0,02	0,98
	Kadın	165	3,86	0,57				

Tablo 4.7'deki bulgulara göre İK rolleri toplam düzeyinin, stratejik ortak, çalışanların şampiyonu, idari uzman ve değişim ajanı alt boyutları düzeyinin ve örgüt kültürü düzeyinin hiçbirisinin katılımcıların yaşına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmemiştir ( $t$  değerleri için  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.7.** Yaşa Göre Fark Analizleri

	Yaş	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p
Stratejik Ortak	18-25	110	3,98	0,51	0,27	0,60	0,87	0,39
	25-46	88	3,91	0,55				
İdari Uzman	18-25	110	4,03	0,52	0,00	0,95	0,64	0,53
	25-46	88	3,98	0,54				
Çalışan Şampiyonu	18-25	110	3,70	0,69	0,05	0,82	-0,33	0,74
	25-46	88	3,73	0,69				
Değişim Ajanı	18-25	110	3,91	0,56	0,06	0,81	-0,59	0,55
	25-46	88	3,95	0,58				
İK Roller TOPLAM	18-25	110	3,90	0,54	0,01	0,93	0,10	0,92
	25-46	88	3,90	0,55				
Örgütsel Kültür TOPLAM	18-25	110	3,87	0,60	2,84	0,09	0,23	0,82
	25-46	88	3,85	0,49				

Tablo 4.8'deki bulgulara göre İK rolleri toplam düzeyinin, stratejik ortak, çalışanların şampiyonu, idari uzman ve değişim ajanı alt boyutları düzeyinin ve örgüt kültürü düzeyinin hiçbirisi katılımcıların medeni durumuna göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ( $t$  değerleri için  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.8.** Medeni Duruma Göre Fark Analizleri

	Medeni Durum	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p
Stratejik Ortak	Bekar	159	3,97	0,52	1 06	0 30	0 77	0 44
	Evli	41	3,90	0,56				
İdari Uzman	Bekar	159	4,03	0,52	0,43	0,51	0,55	0,59
	Evli	41	3,98	0,58				
Çalışan Şampiyonu	Bekar	159	3,72	0,69	0,11	0,74	-0,23	0,81
	Evli	41	3,75	0,74				
Değişim Ajanı	Bekar	159	3,94	0,55	1,73	0,19	0,13	0,90
	Evli	41	3,92	0,64				
İK Roller TOPLAM	Bekar	159	3,91	0,53	0,98	0,32	0,28	0,78
	Evli	41	3,89	0,60				
Örgütsel Kültür TOPLAM	Bekar	159	3,86	0,58	1,74	0,19	-0,32	0,75
	Evli	41	3,89	0,47				

Tablo 4.9'daki bulgulara göre katılımcıların İK rolleri toplam düzeyi, stratejik ortak, idari uzman ve değişim ajanı alt boyutları düzeyleri onların eğitim düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır (sırasıyla;  $F=3,12$  ve  $p<0,05$ ,  $F=3,00$  ve  $p<0,05$ ,  $F=2,81$  ve  $p<0,05$ ,  $F=3,98$  ve  $p<0,05$ ). Farklılaşmanın birebir hangi eğitim düzeyi grupları arasında olduğuna Bonferroni Post-Hoc analiziyle bakıldığında farklılıkların tüm durumlar için lise ile lisansüstü grubu arasında olduğu bulunmuştur. Lise mezunu olan katılımcıların İK rolleri toplam düzeyi, stratejik ortak, idari uzman ve değişim ajanı alt boyutları düzeyleri lisansüstü mezunu olan katılımcılarınkinden anlamlı düzeyde daha düşüktür.

Diğer taraftan İK rolleri çalışanların şampiyonu alt boyutu düzeyinin ve örgüt kültürü düzeylerinin katılımcıların eğitim düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmadığı bulunmuştur ( $F$  değerleri için  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.9.** Eğitim Düzeyine Göre Fark Analizi

	Eğitim Düzeyi	n	$\bar{X}$	Ss	K.T.	sd	K.O.	F	p
Stratejik Ortak	Lise <sup>a</sup>	42	3,79	0,62	G.	2,44	3	0,81	
	Önlisans <sup>b</sup>	58	3,96	0,49	G.İ.	53,13	196	0,27	3,00
	Lisans <sup>c</sup>	85	3,99	0,50	Top	55,57	199		<b>0,03</b>
	Lisansüstü <sup>d</sup>	15	4,23	0,47					
İdari Uzman	Lise <sup>a</sup>	42	3,85	0,59	G.	2,32	3	0,77	
	Önlisans <sup>b</sup>	58	4,01	0,48	G.İ.	53,94	196	0,28	2,81
	Lisans <sup>c</sup>	85	4,06	0,53	Top	56,26	199		<b>0,04</b>

	Lisansüstü <sup>d</sup>	15	4,29	0,43						
Çalışan Şampiyonu	Lise <sup>a</sup>	42	3,59	0,72	G.	3,31	3	1,10		
	Önlisans <sup>b</sup>	58	3,78	0,62	G.İ.	93,15	196	0,48	2,32	0,08
	Lisans <sup>c</sup>	85	3,69	0,72	Top	96,46	199			
	Lisansüstü <sup>d</sup>	15	4,11	0,66						
Değişim Ajanı	Lise <sup>a</sup>	42	3,73	0,58	G.	3,68	3	1,23		a<d
	Önlisans <sup>b</sup>	58	3,90	0,56	G.İ.	60,30	196	0,31	3,98	<b>0,01</b>
	Lisans <sup>c</sup>	85	4,00	0,55	Top	63,97	199			
	Lisansüstü <sup>d</sup>	15	4,25	0,48						
İK Roller TOPLAM	Lise <sup>a</sup>	42	3,74	0,60	G.	2,70	3	0,90		a<d
	Önlisans <sup>b</sup>	58	3,91	0,51	G.İ.	56,64	196	0,29	3,12	<b>0,03</b>
	Lisans <sup>c</sup>	85	3,94	0,53	Top	59,34	199			
	Lisansüstü <sup>d</sup>	15	4,22	0,47						
Örgütsel Kültür TOPLAM	Lise <sup>a</sup>	42	3,96	0,54	G.	0,50	3	0,17		
	Önlisans <sup>b</sup>	58	3,84	0,53	G.İ.	61,53	196	0,31	0,53	0,66
	Lisans <sup>c</sup>	85	3,84	0,59	Top	62,03	199			
	Lisansüstü <sup>d</sup>	15	3,81	0,57						

Tablo 4.10'daki bulgulara göre İK rolleri toplam düzeyinin, stratejik ortak, çalışanların şampiyonu, idari uzman ve değişim ajanı alt boyutları düzeyinin ve örgüt kültürü düzeyinin hiçbirisinin katılımcıların işletmedeki pozisyonuna göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmemiştir ( $t$  değerleri için  $p>0,05$ ).

**Tablo 4.10.** İşletmedeki Pozisyona Göre Fark Analizleri

	Pozisyon	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p
Stratejik Ortak	Yönetsel	45	3,91	0,59	0,13	0,72	-0,65	0,51
	Yönetsel Değil	155	3,97	0,51				
İdari Uzman	Yönetsel	45	3,96	0,55	0,07	0,79	-0,81	0,42
	Yönetsel Değil	155	4,03	0,53				
Çalışan Şampiyonu	Yönetsel	45	3,77	0,65	0,74	0,39	0,44	0,66
	Yönetsel Değil	155	3,71	0,71				
Değişim Ajanı	Yönetsel	45	4,01	0,56	0,17	0,68	1,03	0,30
	Yönetsel Değil	155	3,91	0,57				
İK Roller TOPLAM	Yönetsel	45	3,91	0,55	0,36	0,55	0,05	0,96
	Yönetsel Değil	155	3,91	0,55				
Örgütsel Kültür TOPLAM	Yönetsel	45	3,78	0,48	0,93	0,34	-1,08	0,28
	Yönetsel Değil	155	3,89	0,58				

Tablo 4.11’deki bulgulara göre İK rolleri toplam düzeyi, stratejik ortak, çalışanların şampiyonu, idari uzman ve değişim ajanı alt boyutları düzeyi ve örgüt kültürü düzeylerinin hiçbirisinin katılımcıların mesleki tecrübesine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmemiştir (tüm  $F$  değerleri için  $p>0,05$ ). Bir diğer deyişle bu değişkenler açısından farklı mesleki tecrübeye sahip katılımcıların algı düzeyleri benzerdir.

**Tablo 4.11.** Mesleki Tecrübeye Göre Fark Analizi

	Mesleki Tecrübe	n	$\bar{X}$	Ss	K.T.	sd	K.O.	$F$	$p$	
Stratejik Ortak	5 ve -	125	4,00	0,48	G.A.	0,57	2	0,29	1,03	0,36
	6-10	45	3,92	0,52	G.İ.	55,00	197	0,28		
	11 ve +	30	3,85	0,71	Top.	55,57	199			
İdari Uzman	5 ve -	125	4,05	0,49	G.A.	0,29	2	0,15	0,51	0,60
	6-10	45	3,99	0,59	G.İ.	55,97	197	0,28		
	11 ve +	30	3,95	0,63	Top.	56,26	199			
Çalışan Şampiyonu	5 ve -	125	3,72	0,66	G.A.	0,07	2	0,04	0,07	0,93
	6-10	45	3,76	0,77	G.İ.	96,39	197	0,49		
	11 ve +	30	3,69	0,75	Top.	96,46	199			
Değişim Ajanı	5 ve -	125	3,94	0,53	G.A.	0,15	2	0,07	0,23	0,80
	6-10	45	3,95	0,59	G.İ.	63,82	197	0,32		
	11 ve +	30	3,87	0,69	Top.	63,97	199			
İK Roller TOPLAM	5 ve -	125	3,93	0,50	G.A.	0,18	2	0,09	0,30	0,74
	6-10	45	3,90	0,59	G.İ.	59,16	197	0,30		
	11 ve +	30	3,84	0,66	Top.	59,34	199			
Örgütsel Kültür TOPLAM	5 ve -	125	3,86	0,59	G.A.	0,03	2	0,01	0,04	0,96
	6-10	45	3,86	0,54	G.İ.	62,01	197	0,31		
	11 ve +	30	3,89	0,45	Top.	62,03	199			

Tablo 4.12’deki bulgulara göre İK rolleri toplam düzeyi, stratejik ortak, çalışanların şampiyonu, idari uzman ve değişim ajanı alt boyutları düzeyi ve örgüt kültürü düzeylerinin hiçbirisinin katılımcıların işletme tecrübesine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmemiştir (tüm  $F$  değerleri için  $p>0,05$ ). Bir diğer deyişle bu değişkenler açısından farklı işletme tecrübesine sahip katılımcıların algı düzeyleri benzerdir.

**Tablo 4.12.** İşletmedeki Tecrübeye Göre Fark Analizi

	İşletme Tecrübe	n	$\bar{X}$	Ss	K.T.	sd	K.O.	F	p	
Stratejik Ortak	5 ve -	150	3,98	0,49	G.A.	0,25	2	0,13	0,45	0,64
	6-10	32	3,89	0,46	G.İ.	55,32	197	0,28		
	11 ve +	18	3,91	0,86	Top.	55,57	199			
İdari Uzman	5 ve -	150	4,04	0,51	G.A.	0,23	2	0,11	0,40	0,67
	6-10	32	3,95	0,51	G.İ.	56,04	197	0,28		
	11 ve +	18	3,98	0,73	Top.	56,26	199			
Çalışan Şampiyonu	5 ve -	150	3,71	0,68	G.A.	0,11	2	0,05	0,11	0,90
	6-10	32	3,78	0,74	G.İ.	96,36	197	0,49		
	11 ve +	18	3,74	0,80	Top.	96,46	199			
Değişim Ajanı	5 ve -	150	3,95	0,53	G.A.	0,09	2	0,04	0,13	0,87
	6-10	32	3,89	0,57	G.İ.	63,88	197	0,32		
	11 ve +	18	3,92	0,81	Top.	63,97	199			
İK Roller TOPLAM	5 ve -	150	3,92	0,52	G.A.	0,06	2	0,03	0,09	0,91
	6-10	32	3,88	0,54	G.İ.	59,29	197	0,30		
	11 ve +	18	3,89	0,77	Top.	59,34	199			
Örgütsel Kültür TOPLAM	5 ve -	150	3,85	0,56	G.A.	0,08	2	0,04	0,12	0,88
	6-10	32	3,89	0,58	G.İ.	61,96	197	0,31		
	11 ve +	18	3,90	0,53	Top.	62,03	199			

#### 4.6. Hipotez Testi Sonuçları

Araştırmadan elde edilen bulgulara dayanılarak araştırmanın  $H_{1a}$  ve  $H_{1c}$  ve hipotezleri kabul edilmiş,  $H_1$  ve  $H_2$  hipotezleri ise kısmen kabul edilmiştir.  $H_{1b}$ ,  $H_{1d}$  ve  $H_3$  hipotezleri ise reddedilmiştir (Tablo 4.13).

**Tablo 4.13.** Hipotez Testi Sonuçları

No	Hipotez	Sonuç
$H_1$	İK rolleri örgüt kültürünü etkiler.	Kısmen Kabul
$H_{1a}$	İK rolleri stratejik ortak alt boyutu örgüt kültürünü etkiler.	Kabul
$H_{1b}$	İK rolleri idari uzman alt boyutu örgüt kültürünü etkiler.	Ret
$H_{1c}$	İK rolleri çalışanların şampiyonu alt boyutu örgüt kültürünü etkiler.	Kabul
$H_{1d}$	İK rolleri değişim ajanı alt boyutu örgüt kültürünü etkiler.	Ret
$H_2$	İK rolleri düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşır.	Kısmen Kabul
$H_3$	Örgüt kültürü düzeyleri demografik özelliklere göre farklılaşır.	Ret

## 5. Sonuç ve Öneriler

Küreselleşme, müşteri talepleri, inovasyon ve bilginin gelişimiyle birlikte değişen ve ortaya çıkan çevre koşullarının hızlı artışı baş döndürücüdür. Bu durumun örgütler üzerinde kapsamlı ve kaçınılmaz etkileri bulunmaktadır. Bu değişimlerden örgüt içinde bir departman olarak İK departmanları da etkilenmektedir. İK departmanlarının etkililiğini artırmak ve İK rollerini verimli şekilde yürütebilmek için örgüt kültürüyle uyumlu bir şekilde faaliyet göstermesi gerekmektedir. Örgüt kültürü örgütlerin vizyon, misyon ve değerlerini iş faaliyetlerine yansıtılmalarındaki en önemli kavramlardan bir tanesidir.

Bu çalışmada İK rolleri ile örgüt kültürü arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu kapsamda İK rollerinin dört alt boyutunun örgüt kültürüne etkisi araştırılmıştır. Ayrıca, katılımcıların demografik özelliklerine göre İK rollerinin toplam düzeyi ile dört alt boyutu ve örgüt kültürü düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmıştır. Araştırmanın bulguları İK rolleri alt boyutlarından stratejik ortak alt boyutunun ve çalışan şampiyonu alt boyutunun örgüt kültürünü pozitif yönde etkilediğini göstermiştir.

Bir diğer deyişle, stratejik ortak ve çalışan şampiyonu İK rolleri arttıkça örgüt kültürünün gücü de artmaktadır. Diğer taraftan İK rolleri alt boyutlarından idari uzman ve değişim ajanı alt boyutlarının örgüt kültürü üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Bir diğer deyişle, idari uzman ve değişim ajanı İK rolleri arttıkça örgüt kültürü üzerinde anlamlı bir farklılaşma olmamaktadır.

Araştırma bulgularına göre örgüt kültürünün algılanması, çalışanların demografik özelliklerine göre farklılaşmamaktadır. Bu bulguyu, çalışanların cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, eğitim düzeyleri, örgütteki pozisyonları, mesleki ve örgüt kıdemleri farklılaşsa dahi örgüt kültürü algı düzeyleri farklılaşmıyor şeklinde yorumlamak mümkündür. İK rolleri alt boyutlarının da yaşa, örgütteki pozisyona, mesleki ve örgüt kıdemine göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Cinsiyet ve eğitim düzeyi açısından bazı İK rolleri alt boyutlarının kadınlar ve yüksek düzeydeki eğitimliler lehine farklılaştığı bulunmuştur.

Araştırmanın bu bulgularına dayanılarak örgüt performansını ve verimini artıracak güçlü bir örgüt kültürüne sahip olabilmek için İK rollerinden stratejik ortak ve çalışan şampiyonu rollerine daha fazla önem verilmesi ve bu kültürüne iki rolü hedefleyen uygulamalar geliştirilmesi önerilebilir.

Bu araştırmanın bulguları örgüt kültürü algısının çalışanların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi gibi

demografiklerinden etkilenmediğini göstermiştir. Dolayısıyla örgüt kültürünü güçlendirmeyi hedefleyen uygulamaların çalışanların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi özelliklerine göre bir ayırım yapmadan bütün örgüt çalışanlarına uygulanması önerilebilir. Benzer olarak İK rolleri uygulamaları da cinsiyet ve eğitim düzeyi özelliklerine hassasiyet gösterilerek ayırım yapmadan bütün örgüt çalışanlarına uygulanabilir.

Bu araştırma araştırmanın verileri sınırlı bir evrenden seçilen 200 kişiden toplanmıştır. Gelecekteki araştırmalar İK rolleri ile örgüt kültürü arasındaki ilişkiyi daha farklı ve daha geniş örneklem gruplarıyla daha sıklıkla incelemelidirler. Bu araştırmada nicel bir araştırma deseni kullanılmıştır. Nicel araştırmaların yanında nitel araştırmaların da yapılması bu konunun derinlemesine ve kapsamlı olarak anlaşılabilmesi için yararlı olacaktır.

## Kaynakça

- Alamur, B. (2005) *Örgüt Kültürü ve Örgüte Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Bir Uygulama, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Al-Rakhimi, J. (2000). *The Role of Organizational Culture in the Application of Total Quality Management to the Chemical Industries Sectors in the Emirate of Jeddah*. [Unpublished Master Thesis, King Abdulaziz University, Jeddah - Saudi Arabia], King Abdulaziz University Digital collection.
- Aktaş, E., Çiçek, I., & Kıyak, M. (2011). The Effect of Organizational Culture on Organizational Efficiency: The Moderating Role of Organizational Environment and CEO Values. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 1560–1573.
- Battal, A. (2007). *Örgütsel Değerlerin Örgüt Kültürü Öğelerine Etkisi*. Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
- Beach, D. S. (1980). *Personnel: The Management of People at Work*. New York, Macmillan.
- Becker, E. B. vd., (2001). *The HR Scorecard: Linking People, Strategy, and Performance*. Boston, Harvard Business Press.
- Brockbank, W. (1999). If HR Were Really Strategically Proactive: Present and Future Directions in HR's Contribution to Competitive Advantage. *Human Resource Management*, 38(4), 337–352.
- Caldwell, M. (1992). Champions, Adapters, Consultants and Synergists: The New Change Agents in HRM. *Human Resource Management Journal*, 11(3).
- Cameron, K. S. ve Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing and Changing Organizational Culture*. Base on the Competing Values Framework, Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Childress, J. R. (2013). *Leverage: The CEO's guide to corporate culture*. Kindle Edition version.
- Denison, D. R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York, NY: Wiley.
- Durendez, A., Madrid-Guijarro, A. and García-Pérez-de-Lema, D. (2011). Innovative culture,

- management control systems and performance in small and medium-sized Spanish family. *Firms, rev. innovat*, 21(40).
- George D. and Mallery P. (2010). *SPSS for Windows step by step. A simple study guide and reference* (10. Baskı). GEN, Boston, MA: Pearson Education, Inc..
- Harem, H. (2004). *Organizational management - a holistic perspective*. (1 st ed). Amman: Jordan. Hamed Publishing and Distribution House.
- Harschnek Jr, R.A. v.d., (1978). *Which Personnel Department is Right for You?* Personnel Administrator.
- Hodgkinson, C. (2008). *Yönetim Felsefesi*. Beta Basım Yayın, İstanbul.
- Jad Al-Rab, S. (1997). Human resources management in building and supporting organizational culture. *The Scientific Journal of Economics and Trade*, 11, 347.
- Kılıç, G. (2006). *Eğitim Kurumlarında Liderlik Tarzları ve Örgüt Kültürünün Performans Üzerindeki Etkisi*. Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.
- Koçel, T. (2013). *İşletme Yöneticiliği*, 13. Baskı. İstanbul, Beta Yayınları.
- Kosa, G. (2010). *Örgüt Kültürünün Değişiminde İnsan Kaynakları Yönetiminin Rolüne İlişkin Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kotter, J. P., & Heskett, J. L. (1992). *Corporate culture and performance*. New York, NY: Kotter Associates.
- Muslim, A. (1996). The impact of organizational culture on the characteristics of managers and organizational practices: A comparative study on a sample of industrial and service organizations in Egypt. *The Egyptian Journal of Commercial Studies*, 6, 13.
- Nakip, M. ve Yaraş, E. (2017). *Pazarlamada Araştırma Teknikleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Naktiyok, A. (1999). *Çevresel Çalkantı ve Örgüt Kültürü-Bir Uygulama*. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Erzurum.
- Nimon K. (2010). Regression commonality analysis: Demonstration of an SPSS solution. *Multiple Linear Regression Viewpoints*, 36(1): 10-7.
- Schein, E. (2010). *Organizational culture and leadership: A Dynamic View*. Josser- Bass, San Francisco.
- Schuler, R. S. (1994). *Managing Human Resources, 5th. Ed*. New York, West Publishing Company.
- Sharma, G., ve Good, D. (2013). The work of middle managers: Sense making and sense giving for creating positive social change. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 49, 95-122.
- Storey, J. (1992). *Developments in the Management of Human Resources: An Analytical Review*. Oxford, Blackwell Publishing.
- Tınaz, P. (2021). *Çalışma Yaşamından Örnek Olaylar*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Tüzüner, V. L. (2014). *İnsan Kaynakları Yönetimi Faaliyetlerinde Ölçme ve Değerlendirme*. İstanbul, Beta Yayınları.
- Tyson, S. (1995). *Human Resource Strategy: Towards a General Theory of Human Resource Management*. Financial Times Management.
- Ulrich, D. (1997). *Human Resources Champions*. Boston, Harvard Business School Press.
- Ulrich, D. ve Beatty, D. (2001). From Partners to Players: Extending the HR Playing Field. *Human Resource Management*, 40(4).
- Ülgen, H. (1973). *Çevrenin İşletme Yapısı Üzerine Etkisi*.



<https://arastirmax.com/en/system/files/dergiler/2057/makaleler/2/2/arastirmax-cevrenin-isletmenin-yapisina-etkisi.pdf>

Yıldırım, C. (2013). *Örgüt Kültürü ve İnsan Kaynakları Yönetimi Arasındaki İlişki: Kamu Ve Özel Sektör Bankacılığında Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

Yılmaz, G. (2006). *Örgüt Kültürü ve İnsan Kaynakları Yönetimi*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

## FİYAT ALGISI: İNDİRİMLİ LÜKS ÜRÜNLERDE SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Didem GEZMİŞOĞLU ŞEN<sup>1</sup>, Gonca TELLİ<sup>2</sup>

### Öz

Lüksün demokratikleşmesi ile neredeyse her tüketiciye uygun lüksün olduğu bir pazar oluşmuştur. Bu doğrultuda, tüketicilerin lüks ürünlere karşı fiyat algısının nasıl olduğu üzerinde durulması gereken bir konu haline gelmiştir. Bu nedenle, bu çalışmada tüketicilerin indirimli lüks ürünlerde satın alma niyeti incelenmektedir. Bu çalışmada çevrimiçi anket yöntemi kullanılarak 314 tüketiciye ulaşılmıştır. Yapılan anketler sonucunda toplanan veriler SPSS (Amos 24) ile incelenmiş olup yapısal eşitlik modeli (YEM) üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre; prestij duyarlılığı ve yerli/yabancı duyarlılığı ile indirimli lüks ürün satın alma niyeti arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Değer bilinci, fiyat bilinci, indirim duyarlılık, fiyat uzmanlığı ve fiyat/kalite ilişkisi ile indirimli lüks ürün satın alma niyeti ile arasında pozitif bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Satın Alma Niyeti, Fiyat Algısı, Lüks Ürün, İndirimli Lüks Ürün

**Jel Sınıflandırması:** M10, M30, M31

## PRICE PERCEPTION :A RESEARCH ON INTENT TO PURCHASE ON DISCOUNTED LUXURIOUS GOODS

### Abstract

A market with luxury suitable for almost every consumer has emerged with the democratization of luxury. In this direction, how consumers perceive the price of luxury products has become an issue that needs to be emphasized. Therefore, in this study, consumers' intention to purchase discounted luxury products is examined. In this study, 314 consumers were reached by using the online survey method. The data collected as a result of the surveys were analyzed with SPSS (Amos 24) and a structural equation model (SEM) was established. According to the results of the research; there is a positive relationship between prestige sensitivity and domestic/foreign sensitivity and the intention to purchase discounted luxury products. No positive relationship was found between value awareness, price awareness, discount sensitivity, price expertise, price/quality relationship and intention to purchase discounted luxury products.

**Keywords:** Luxury Product, Purchasing Intention, Price Perception, Discount Luxury Product

**Jel Classification:** M10, M30, M31

<sup>1</sup> Dr., İstanbul Rumeli Üniversitesi, İşletme Bölümü, [didem.gezmisoglu@rumeli.edu.tr](mailto:didem.gezmisoglu@rumeli.edu.tr), ORCID: 0000-0002-3043-1114

<sup>2</sup> Prof. Dr., [goncatelli10@gmail.com](mailto:goncatelli10@gmail.com), ORCID: 0000-0002- 8238-3185

## 1. Giriş

Lüks ürünler geçmişten bu yana herkesin dikkatini çekmektedir. Önceleri saraylara ve çok zengin kişilere hitap eden lüks ürünler bazı etkilerle erişilebilir hale gelmiştir. Lüksün erişilemez, benzersiz olma özelliği lüksün demokratikleşmesiyle birlikte değişmiş, farklı tüketicilerin lüks ürünleri satın alabilmesine yol açmıştır. Bu durum lüksün temel ilkelerini sarsmış (Rosendo-Rios & Shukla, 2023) olmasına rağmen daha geniş kitlelere hitap etme özelliğini de ortaya çıkarmıştır. Ancak lüks ürün satın almak böylesine bir ortamda dahi kolay değildir. Bu sebeple çoğu tüketicilerin indirimli lüks ürünlere yöneldiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda bu çalışma ile fiyat algısının indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerine etkisi incelenmektedir.

Algı uyaran ile uyarıya verilen cevap arasında aracılık eden bir değişken olduğu bilinmektedir (Monroe, 1973). Fiyat algısı ise; bir ürünün gerçek fiyatı ile tüketicinin algıladığı fiyat olmak üzere 2 farklı şekilde algılanmaktadır. Gerçek fiyatın ürün veya hizmet karşılığında ödenen fiyat ile tüketicinin ürünün faydalarını bir süzgeçten geçirdikten sonraki algılanan fiyat olarak belirtilebilir (Jacoby & Olson, 1977; Zeithaml, 1988). Bu doğrultuda tüketicilerin farklı fiyat algılarına sahip oldukları ve her bir tüketicinin farklı algı ile satın alma işlemi gerçekleştirdiğinden yola çıkarak değer bilinci, fiyat bilinci, indirim duyarlılığı, fiyat uzmanlığı fiyat-kalite ilişkisi, prestij duyarlılığı ve yerli/ yabancı ürün duyarlılığı gibi farklı fiyat algısı gibi bileşenlerin tüketicilerin algısına bunun da satın alma niyetine etkisi olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma ile fiyat algısının indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerine etkisi fiyat algısı ile ilgili geliştirilmiş olan ölçek ve satın alma niyeti ile ilgili geliştirilmiş ölçekler uyarlanarak incelenmektedir.

## 2. Literatür İncelemesi

Literatürde fiyat algısının çok boyutluluğu üzerine birçok çalışmaya rastlanılmıştır. Lichtenstein ve arkadaşları 1993 yılında fiyat algısının çok boyutluluğunu ele almışlardır (Lichtenstein, Ridgway & Netemeyer, 1993).

Jin ve arkadaşları 2003 yılında Koreli öğrencilerin fiyat algısının çok boyutlu olup olmadığını giyim ve dayanıklı tüketim malları üzerinden hedonik alışveriş değeri ile ilişkisini araştırmıştır (Jin vd., 2003).

Moore ve arkadaşlarının 2003 yılında yaptıkları çalışmada ABD’li tüketiciler ile Polonyalı tüketicilerin fiyat algısı karşılaştırılmıştır. İki kültür arasında fiyat algısı bakımından büyük benzerlikler olduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda kültürlerarası fiyat algısının ölçülmesinde bu çalışmanın rehberlik edeceği düşünülmüştür (Moore vd., 2003).

İndirimli ürün tercih eden tüketiciler genel olarak geniş ürün yelpazesinde, düşük maliyetli ürünler arayan kişiler olarak tanımlanmaktadır. ABD’de indirimli ürün satan perakendeci sayısı çoğaldıkça tüketicilerin düşük fiyatın ötesinde farklı değerler aradığı düşünülmektedir. Bu bağlamda yapılan çalışmada tüketicilerin indirimli fiyat karşısındaki davranışlarını belirlemek, bu davranışlardan yola çıkarak pazar bölümlerine ayırmak, mağaza seçimi ve demografik özellikler açısından bir çalışma yapılmıştır (Moore vd., 2008).

Yaraş tarafından 2008 yılında yapılan çalışmada, tüketicilerin fiyat algısının farklı pazar bölümlendirmeleri oluşturup oluşturmadığı tespit edilmek amaçlanmıştır. Kümeleme analizi yapılarak tüketicilerin fiyat algısına göre farklı pazar bölümleri olduğunu görülmüştür (Yaraş, 2008).

Geçti ve Zengin tarafından 2012 yılında yapılan çalışmada fiyat algısını oluşturan boyutlar arasındaki ilişkiyi incelemek için akıllı telefon kullanan tüketicilere anket uygulanmıştır. Fiyat bilincinin, fiyat algısını açıklayan en iyi boyut olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırma bulgularına bakıldığında fiyat kalite ilişkisi ve fiyat uzmanlığı, fiyat kalite ilişkisi ve değer bilinci, prestije duyarlılık ve değer bilinci boyutları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamış olup diğer boyutlara bakıldığında ise birbirleriyle aralarında anlamlı ve pozitif yönde ilişki olduğu görülmektedir (Geçti & Zengin, 2012).

Ferreira ve Coelho tarafından 2015 yılında yapılan çalışmada marka sadakati incelenirken fiyat algısının aracı rolü gözlenmiştir. Çalışmanın bulgularına bakıldığında, ürün katılımının marka sadakati üzerindeki etkilerine kısmen fiyat algıları aracılık ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Fiyat ile kalite arasındaki ilişki vurgulanarak marka sadakatinin artırılabilirliği düşünülmektedir (Ferreira & Coelho, 2015).

Zeren ve Elhan tarafından 2017 yılında yapılan çalışmada fiyat algısı ile hazzı ve faydacı alışveriş motivasyonlarının tüketim ürünlerindeki, tüketicilerin fiyat promosyonlarına yönelik tutumlarına etkisine bakılmıştır. Çalışmanın bulguları incelendiğinde fiyat promosyonlarına yönelik tüketici tutumları üzerinde fiyat bilinci, fiyat uzmanlığı ve indirime duyarlılık ile faydacı alışveriş motivasyonunun pozitif yönlü etkilerinin olduğunu gözlemlenmiştir.

Hazcı alışveriş ile fiyat-kalite ilişkisi ve prestij duyarlılığı ile fayda alışverişi ile değer bilinci ve fiyat uzmanlığı arasında da pozitif yönlü ilişkiye rastlanılmıştır (Zeren & Elhan, 2017).

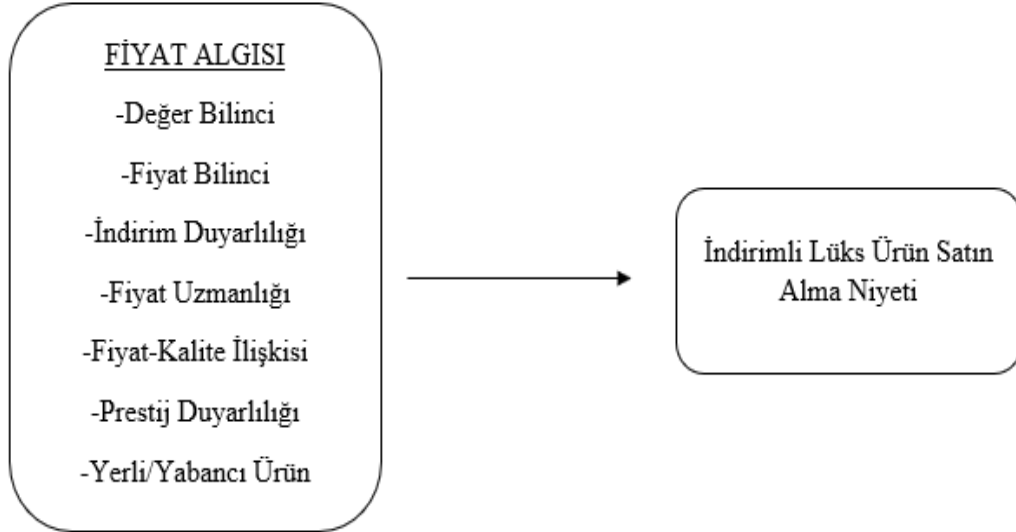
Bozbay ve Akturan tarafından 2017 yılında yapılan çalışmada Y kuşağının fiyat algısının cinsiyete göre ve alışveriş sıklığına göre değişkenlik gösterip göstermediğini araştırılmıştır. Bu çalışmada Y kuşağında yer alan kadın katılımcıların erkeklere göre kupon duyarlılığı, indirim duyarlılığı ve fiyat bilinci açılarından farklılık görülmüştür. Çalışmada Y kuşağı kadınlarının, Y kuşağı erkeklerine göre daha olumlu algılara sahip olduğu görülmektedir (Bozbay & Akturan, 2017).

Leblebicioğlu ve Bilgen tarafından 2019 yılında yapılan çalışmada tüketicilerin indirim marketlerindeki fiyat algısı ve bu algının satın alma niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda, tüketicilerin fiyat-kalite ilişkisi ile satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmamasına rağmen değer bilinci, fiyat bilinci, indirim duyarlılığı, fiyat uzmanlığı ve prestij duyarlılığı ile satın alma niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkileri olduğu görülmektedir (Leblebicioğlu & Bilgen, 2019).

Buradan da anlaşılacağı üzere tüketiciler fiyat algısına bağlı olarak hareket etmektedirler. Tüketicilerin satın alma niyetlerine fiyat algısının etki ettiği görülmektedir.

### **3. Araştırmanın Metodolojisi**

Araştırmanın amacı, tüketicilerin fiyat algılarının alt boyutlarının indirimli lüks ürün satın alma niyetine etkisini tespit ederek, tüketicilerin fiyat algısı hakkında detaylı bilgiye ulaşmaktır. Bu çalışmada tüketicilerin fiyat algısının (değer bilinci, fiyat bilinci, indirime duyarlılık, fiyat uzmanlığı fiyat-kalite ilişkisi, prestij duyarlılığı ve yerli/ yabancı ürün duyarlılığı) indirimli lüks ürün satın alma niyetine etkisi üzerinde durulmaktadır. Bu doğrultuda şekil 1 'de model oluşturulmuştur.



**Şekil 1.** Araştırma Modeli

### 3.1. Değer Bilinci

Tüketici, yüksek değer bilincine sahip ise kendi kalite gereksinimini karşılayacak en düşük fiyatı tercih edip ödemek istemektedir (Lichtenstein vd., 1993). Bu nedenle, bu çalışmada aşağıdaki hipotez varsayılmıştır:

**H1:** Değer bilinci, indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

### Fiyat Bilinci

Tüketiciler satın alma işlemi esnasında ürün için ödedikleri fiyat ile o üründen sağlayacağı faydayı kıyaslamaktadır (Moore vd., 2003). Sosyal sınıf ve markalı lüks ürünler düşünüldüğünde ise fiyat bilincinin etkisinin çok daha düşük olduğu görülmektedir (Monroe, 1973). Bu nedenle, bu çalışmada aşağıdaki hipotez varsayılmıştır:

**H2:** Fiyat bilinci, indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

### İndirim Duyarlılığı

Tüketicilerin satın alma yaparken daha düşük fiyat veya indirime girmiş ürünleri tercih etmeye daha yatkın oldukları düşünülmektedir (Jin ve Sternquist, 2003). Bu nedenle, bu çalışmada aşağıdaki hipotez varsayılmıştır:

**H3:** İndirim duyarlılığı, indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

## **Fiyat Uzmanlığı**

Tüketiciler aynı ürünleri farklı fiyata satan satıcılar ile karşılaşmaktadırlar. Kimi tüketiciler bilinçli davranarak fiyat araştırması yaparken, kimi tüketiciler de fiyatı önemsemeden satın alma işlemini gerçekleştirmektedirler (Kurtuluş ve Okumuş, 2006). Bu nedenle, bu çalışmada aşağıdaki hipotez varsayılmıştır:

**H4:** Fiyat uzmanlığı, indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

## **Fiyat-Kalite İlişkisi**

Fiyat-kalite ilişkisine bakıldığında; fiyatın en çok kaliteden etkilendiği düşünülmektedir. Kimi kültürlerde özellikle de doğu kültüründe pahalı olan ürünlerin kaliteli olarak değerlendirildiği görülmesine rağmen, batı kültürlerinde ise pahalılığı çok da kalite ile ilişkilendirmedikleri düşünülmektedir (Sternquist & McGovan, 1998). Bu nedenle, bu çalışmada aşağıdaki hipotez varsayılmıştır:

**H5:** Fiyat-kalite ilişkisi, indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

## **Prestij Duyarlılığı**

Bir ürün için yüksek fiyatlı veya özellikli ürün gibi oluşturulan prestij kavramını (Kurtuluş ve Okumuş, 2006) tüketiciler olumlu veya olumsuz algılayabilmektedir. Yüksek fiyatın prestij göstergesi olması dışında, fiyatın yüksekliği satın alma esnasında olumsuz olarak algılanabilmektedir (Sternquist & McGowan, 1998). Bu nedenle, bu çalışmada aşağıdaki hipotez varsayılmıştır:

**H6:** Prestij duyarlılığı, indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

## **Yerli/Yabancı Duyarlılığı**

Tüketicilerin satın almak istedikleri ürünün kalitesi ve ürünün fiyat algısının yerli veya yabancı marka olmasından etkilendiği düşünülmektedir (Kurtuluş ve Okumuş, 2006). Bu nedenle, bu çalışmada aşağıdaki hipotez varsayılmıştır:

**H7:** Yerli/yabancı duyarlılığı, indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

Yapılan çalışmada çevrimiçi anket yönteminden yararlanılmış ve kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 18 yaş üstü 314 tüketiciye ulaşılmıştır.. Anket formu Microsoft Forms programında oluşturulmuştur. Form 2 bölümden oluşmaktadır.

İlk bölümde demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Diğer bölümde ise fiyat algısı ölçeği ve indirimli lüks ürün satın alma niyeti ölçeği ile ilgili ifadelere yer verilmiştir. Anket formu içinde yer alan fiyat algısı boyutları için Lichtenstein, Ridgway ve Netemeyer (1993) tarafından kavramsal olarak ele alınmış, Kurtuluş ve Okumuş (2006) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış ve geliştirilmiş olan ölçekten faydalanılmıştır. İndirimli lüks ürün satın alma niyetini ölçek için ise Zeithmal, Berry ve Parasuraman (1996) tarafından uygulanan ölçekten yararlanılmıştır.

#### 4. Bulgular ve Veri Analizleri

##### 4.1. Demografik Bulgular

Demografik özellikler incelendiğinde ankete yanıt veren 314 kişinin %86'sının kadın ve %14'ünün erkek katılımcılardan oluştuğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaşlarına bakıldığında %37,3'ünün 18-25 yaş aralığında, %53,8'inin 26-40 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %9'unun ise 41 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların %42,7'sinin evli ve %57,3'ünün bekar olduğu belirlenmiştir. Kişilerin eğitim durumları incelendiğinde %43,3 ile ilk sırada lisans mezunları yer almaktadır. Katılımcıların %35'inin ise yüksek lisans düzeyinde oldukları görülmektedir. Katılımcıların %21,6'sının ise yüksekokul ve altında eğitim seviyesine sahip olduğu tespit edilmiştir. Gelir durumuna bakıldığında %44,3'ünün 4.500 TL ve altı gelire sahip iken %31,5'inin 4.501 TL- 10.000 TL arasında gelire sahip olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %24,2'sinin ise 10.001 TL ve üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Profili

Değişken	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	270	86,0
	Erkek	44	14,0
Yaşınız	18-25	117	37,2
	26-40	169	53,8
	41-56	25	8,0
	57 ve üzeri	3	1,0
Medeni Durum	Evli	134	42,7
	Bekar	180	57,3



<b>Eğitim Durumu</b>	Lise	34	10,8
	Yüksekokul	34	10,8
	Lisans	136	43,3
	Y. Lisans	110	35,0
<b>Gelir Durumu</b>	4.500 TL ve altı	139	44,3
	4.501 TL- 10.000 TL	99	31,5
	10.001 TL- 15.000 TL	42	13,4
	15.000 TL ve üzeri	34	10,8

#### 4.2. Araştırmada Yer Alan Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Ölçeklerdeki faktör yüklerinin geçerliliklerinin saptanmasındaki en kesin sonuca vardırın yöntemlerden biri doğrulayıcı faktör analizidir. Bu çalışmada da öncelikle doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Çalışmada faktör yükü 0,40'ın altında 1 soru kalmıştır, 0,40'ın altında kalan FB1 (fiyat bilinci) sorusu çıkarılarak analize devam edilmiştir. Sonrasında ölçeklere ait güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) katsayısı 0,00  $<\alpha <1,00$  aralığındaki bir değer olup, mümkün olan en yüksek değere ulaşılması amaçlanmaktadır (Cronbach, 1951). Fiyat bilinci değişkeninin Cronbach's Alpha katsayısı 0,60, diğer değişkenlerin Cronbach's alpha ( $\alpha$ ) katsayısı ise 0,70 değerinin üzerinde bulunmuştur. Bu rakam çalışmanın güvenilir olduğunu kanıtlamaktadır. Faktör yapıları incelendiğinde CR (Composite Reliability) değerleri 0.70'den büyük olup, 0,729 ile 0,887 arasında değerler aldığı görülmektedir. Bu da çalışma için ölçeklerin güvenilirliğinin sağlandığını açıklamaktadır (Hair vd., 2014).

Ayrıca bu çalışmada faktör yüklerinin 0,40'dan küçük olmaması, CR değerinin ise 0,70'in üstünde ve AVE (Average Variance Extracted) değerinin 0,50'den fazla olması çalışmada benzeşme geçerliliği sağlanmaktadır (Fornell ve Larcker, 1981).

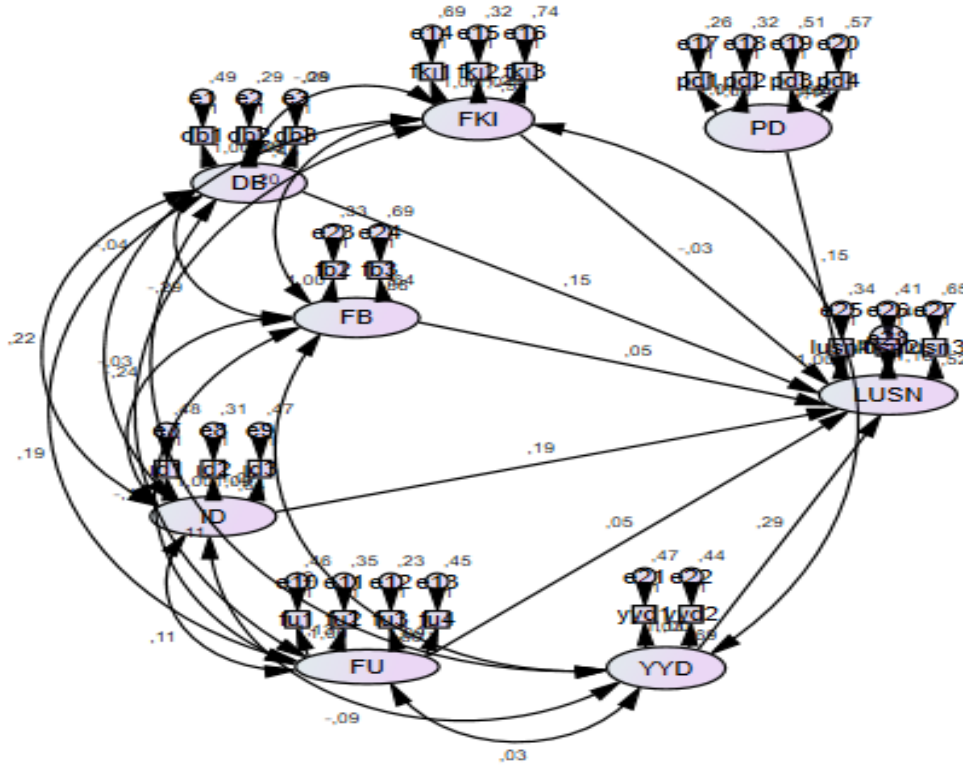
**Tablo 2.** Yapısal Eşitlik Modelinde Yer Alan Faktör Yükleri, AVE, CR ve Cronbach's  $\alpha$

<b>Değişkenler</b>	<b>Faktör Yükleri</b>	<b>AVE</b>	<b>CR</b>	<b>Cronbach's <math>\alpha</math></b>
<b>DB1</b>	0,693	0,509	0,755	0,746
<b>DB2</b>	0,653			
<b>DB3</b>	0,788			
<b>FB2</b>	0,755	0,637	0,778	0,663
<b>FB3</b>	0,840			
<b>ID1</b>	0,787	0,665	0,856	0,835
<b>ID2</b>	0,796			
<b>ID3</b>	0,863			
<b>FU1</b>	0,905	0,666	0,887	0,909
<b>FU2</b>	0,827			
<b>FU3</b>	0,667			
<b>FU4</b>	0,848			
<b>FKI1</b>	0,671	0,688	0,866	0,764
<b>FKI2</b>	0,907			
<b>FKI3</b>	0,890			
<b>PD1</b>	0,727	0,510	0,803	0,858
<b>PD2</b>	0,541			
<b>PD3</b>	0,773			
<b>PD4</b>	0,789			
<b>YYD1</b>	0,851	0,532	0,687	0,758
<b>YYD2</b>	0,584			
<b>LUSN1</b>	0,789	0,488	0,729	0,716
<b>LUSN2</b>	0,807			
<b>LUSN3</b>	0,437			

DB: Değer Bilinci, FB: Fiyat Bilinci, ID: İndirime Duyarlılık, FU: Fiyat Uzmanlığı, FKI: Fiyat-Kalite İlişkisi, PD: Prestij Duyarlılığı, YYD: Yerli-Yabancı Ürün Duyarlılığı, LUSN: Lüks Ürün Satın Alma Niyeti

### 4.3. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) ve Hipotezlerin Testi

Yapısal eşitlik modellemesi ile araştırmanın hipotezleri test edilmesinde SPSS AMOS 24 programından yararlanılmıştır.



Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli

Ulaşılan uyum iyiliği değerleri tablo 3'te gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir değerlerde olduğu görülmektedir (Schermele-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003).

Tablo 3. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Uyum Değerleri

	X <sup>2</sup> (CMIN)	DF	RMR	X <sup>2</sup> /DF	GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
Uyum Değerleri	510,352	230	0,108	2,219	0,876	0,839	0,854	0,913	0,062

Yol analizi ile test edilen varsayımsal ilişkinin anlamlı olup olmadığı, standardize edilmemiş çıktılarının kontrolüyle sağlandığı bilinmektedir. Model ile oluşturulan varsayımsal ilişkinin desteklenebilmesi için ilgili ilişkiye dair standardize edilmemiş regresyon yükünün  $p \leq 0,05$  düzeyinde (%95 güven aralığında) anlamlı olması; kritik oran değerinin de 1,96'dan büyük

veya -1,96'dan küçük olması gerekmektedir (Weston & Gore Jr., 2006). Bu doğrultuda H1, H2, H3, H4 ve H5 hipotezleri desteklenmemiş; H6 ve H7 hipotezleri ise desteklenmiştir. Tablo 'te analiz sonucunda elde edilen hipotez testi sonuçları görülmektedir.

**Tablo 4.** YEM Analiz Sonuçları

Hipotezler	Tahmin	S.E.	C.R.	P	Sonuç
LUSN <--- PD	0,153	0,044	3,465	***	Desteklendi
LUSN <--- FKI	-0,029	0,079	-,365	0,715	Reddedildi
LUSN <--- DB	0,151	0,104	1,447	0,148	Reddedildi
LUSN <--- FB	0,051	0,071	0,713	0,476	Reddedildi
LUSN <--- ID	,190	0,073	2,617	0,009	Reddedildi
LUSN <--- FU	0051	0,057	0,894	0,371	Reddedildi
LUSN <--- YYD	0,291	0,077	3,798	***	Desteklendi

## 5. Sonuç ve Öneriler

Lüks ürünlerin daha geniş kitlelere hitap eder hale gelmesi araştırmacıları bu ürünlere olan satın alma niyetinin kaynağını bulmaya yönlendirmektedir. Bu çalışmada fiyat algısının indirimli lüks ürün satın alma niyeti üzerindeki etkisi incelenmektedir. Çalışmanın uygulama kısmında; birinci bölümde demografik özelliklerin belirlenmesine yönelik 5 soru yönlendirilmiş, ikinci bölümde ise fiyat algısı ölçeği ve satın alma niyeti ölçeği kullanılarak çevrimiçi anketlerden oluşmuştur. Ankete katılan katılımcılar 18 yaş üstü kadın ve erkeklerden oluşmaktadır. Ankete 314 tüketici katılmıştır. Katılımcıların %91'inin 40 yaş ve altı tüketicilerin oluşturduğu görülmektedir. Dolayısıyla yapılan çalışmanın indirimli lüks ürün tercih eden genç tüketicileri kapsadığını söylemek mümkündür.

Fiyat algısının düşük fiyattan ibaret olmadığı birçok bileşenden oluştuğu görülmektedir. Yapılan çalışmada tüketicilerin fiyat algısının indirimli lüks ürün satın alma niyetine olan etkisi incelenmiştir. Bu incelemeye göre;

Değer bilincinin tüketicilerin yüksek fiyatlı ürün almasını olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir (Moore vd., 2003).

Bu doğrultuda yapılan çalışmada literatür ile paralel olarak, değer bilinci ile indirimli lüks ürün satın alma niyeti arasında bir etkiye rastlanılmamıştır. Tüketicilerin lüks ürünleri indirimde dahi olsa yüksek fiyatlı olarak algılanmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Fiyat algısı bileşenlerinden fiyat-kalite ilişkisi incelendiğinde fiyat seviyesine göre kalite algısı olduğu bilinmektedir. Yapılan çalışmada lüks ürünlerden bahsedildiği için tüketicilerin fiyatı düşse de ürünün lüks ürün olmasından kaynaklı olarak kalitesinin değişmeyeceğini düşünmeleri beklenmektedir. Dolayısıyla fiyat-kalite ilişkisi ile indirimli lüks ürün satın alma niyeti arasında bir etkiye rastlanılmamıştır.

Fiyat uzmanlığı arttıkça, indirim duyarlılığının da arttığı görülmektedir (Lichtenstein, Burton & Netemeyer, 1997). Tüketicilerin indirimde girmiş ürünleri tercih etmeye daha yakın oldukları bilinmektedir (Jin ve Sternquist, 2003). Dolayısıyla, yapılan çalışmada indirim duyarlılığı ve fiyat uzmanlığı ile indirimli lüks ürün satın alma niyeti arasında bir etkiye rastlanılmamıştır. Bu yüzden Jin ve Sternquist'in iddiaları indirimdeki lüks ürünler için geçerli olmamaktadır. Bu durumun ürünün lüks niteliğinin olması sonucunda bu ilişkinin kurulmadığı düşünülmektedir.

Prestij duyarlılığına sahip tüketiciler, prestijli markaları tercih etmektedirler. Prestij duyarlılığı ile yerli yabancı ürün duyarlılığı arasında pozitif bir ilişki olduğu bilinmektedir (Kurtuluş & Okumuş, 2006). Dolayısıyla Prestij duyarlılığı ve yerli yabancı duyarlılığı ile indirimli lüks ürün satın alma niyeti arasında etkiye rastlanılmamıştır. Prestij duyarlılığına sahip tüketicilerin yerli yabancı ürün duyarlılığı da olduğu görülmektedir. Bu sebeple yerli markaların ürünlerinin tercih edilmesi için ürün kalitesinin fazlaca vurgulanarak tüketicilerin yabancı ürün tercih etmesinin önüne geçilmeye çalışması gerektiği düşünülmektedir.

Araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde, lüks ürün üreten markaların hedef pazar seçimi ve lüks ürünlerini/markalarını konumlandırma çalışmalarında fiyat algısının alt faktörlerine daha fazla ağırlık vermelerinin uygun olacağı düşünülmektedir.

Çalışma belirli bir lüks marka veya belirli bir lüks ürün grubu esas alınarak yapıldığında daha ayrıntılı bilgilere ulaşılabileceği düşünülmektedir. Sonraki çalışmalarda lüks ürün pazarında yerli yabancı ürün duyarlılığı üzerinde durulabilir bu duyarlılığı yaratan kavramlar ele alınarak şirket politikaları ve müşteri çözümleri geliştirilebilir.

## Kaynakça

- Bozbay, Z., & Akturan, U. (2017). Cinsiyet ve Alışveriş Davranışının Fiyat Algılamaları ile İlişkisinin Saptanması: Y Kuşağı Üzerine Bir Araştırma. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 54(629), s. 87-101.
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Ferreira, A., & Coelho, F. (2015). Product involvement, price perceptions, and brand loyalty. *Journal of Product & Brand Management*, 24(4), s. 349-364. doi:https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2014-0623
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Geçti, F., & Zengin, H. (2012). Fiyat Algılamasının Boyutları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Akıllı Telefon Tüketicilerine Yönelik Bir Araştırma. *Sakarya İktisat Dergisi/The Sakarya Journal Of Economics*, 1(4), s. 28 - 56.
- Hair, J. F., Hult, G. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Thousand Oaks: Sage.
- Jin, B., Sternquist, B., & Koh, A. (tarih yok). Price as Hedonic Shopping. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 31(4), s. 378-402. doi:https://doi.org/10.1177/1077727X03031004003
- Kurtuluş, K., & Okumuş, A. (2006). Fiyat Algılamasının Boyutları Arasındaki İlişkilerin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi. *Yönetim : İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*(53), s. 3-17.
- Leblebicioğlu, B., & Bilgen, İ. (2019). Tüketicilerin Fiyat Algılamalarının İndirim Marketlerinden Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(GELİŞİM-UWE 2019 Özel Sayısı), s. 141-154. doi:DOI: 10.17336/igusbd.609121
- Lichtenstein, D., Ridgway, N., & Netemeyer, R. (1993). Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior: A Field Study. *Journal of Marketing Research*, 30(2), s. 234-245.
- Monroe, K. (1973). Buyers' Subjective Perceptions of Price. *Journal of Marketing Research*, 10(1), s. 70-80.
- Moore, M., & Carpenter, J. (2008). ABD indirim biçimlerinde tüketici fiyat ipucu kullanımının incelenmesi. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(5), s. 345-359. doi:https://doi.org/10.1108/09590550810870085
- Moore, M., Kennedy, K., & Fairhurst, A. (2003). Cross-cultural equivalence of price perceptions between US and Polish consumers. *International Journal of Retail &*

*Distribution Management*, 31(5), s. 268-279. doi:  
<https://doi.org/10.1108/09590550310472433>

Rosendo-Rios, V., & Shukla, P. (2023). When luxury democratizes: Exploring the effects of luxury democratization, hedonic value and instrumental self-presentation on traditional luxury consumers' behavioral intentions. *Journal of Business Research*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113448>

Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating The Fit Of Structural Equation Models: Tests of Significance And Descriptive Goodness-of-Fit Measures. *Methods of Psychological Research*, 8(2), 23–74.

Sternquist, B., & McGowan, K. (1998). Dimensions of price as a marketing Universal: A Comparison of Japanese and U.S. Consumers. *Journal of International Marketing*, 6(4), s. 49-65

Weston, R., & Gore Jr., P. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modeling. *The Counseling Psychologist*, 34(5), s. 719-751. doi:10.1177/0011000006286345

Yaraş, E. (2008). Tüketicilerin Fiyat Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), s. 281-300.

Zeithaml, V. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), s. 2-22.

Zeren, D., & Elhan, M. (2017). Fiyat Promosyonlarına Yönelik Tüketici Tutumlarına Etki Eden Faktörler. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(2), s. 143-158.

# TÜRKİYE LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİNİN ÖNEMİ: İŞ KAZASI VE İSTİHDAM VERİLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Ömer CENGİZ<sup>1</sup>, İsmail AKŞİT<sup>2</sup>

Öz

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de ve Dünyada hızlı bir gelişme gösteren lojistik sektöründe iş sağlığı ve güvenliğinin giderek artan önemini vurgulamaktır. Lojistik sektöründe operasyonların emek yoğun bir özellik taşıması ve çalışma ortamlarının tedarik zincirini kesintiye uğratmayacak bir güvenlik prosedürüne sahip olması önemlidir. Çalışmada lojistik faaliyetler ile iş sağlığı ve güvenliği (İSG) kavramlarının açıklaması yapılmış ve önemi vurgulanmıştır. Lojistik faaliyetlerde ortaya çıkan tehlikelerin niceliğini belirlemek ve önemli boyutta olup olmadığını incelemek amacıyla nicel veriler toplanarak analiz edilmiştir. Araştırmada tanımlayıcı ve tahmini istatistik analizlerini içeren nicel analiz yöntemi uygulanmıştır. Kullanılan veriler 2014-2021 yıllarına ait TÜİK ekonomik faaliyete göre istihdam edilenler ve SGK istatistik yıllıkları iş kazası verilerinden elde edilmiştir. Analizler sonucunda lojistik sektöründe 2014 yılı itibariyle iş kazası sayılarında sürekli bir artış yaşandığı, 2021 yılı iş kazası sayısının 2014 yılının yaklaşık iki katı olduğu ve kurye taşımacılığında iş kazalarının çok yüksek oranlarda artış gösterdiği tespit edilmiş ve elde edilen tüm bulgular yorumlanarak sektörün genel durumu değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Lojistik Yönetimi, İş Sağlığı ve Güvenliği, Lojistik Sektörü

**JEL Sınıflandırması:** M30, J28, C80

## THE IMPORTANCE OF OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY IN TURKISH LOGISTICS SECTOR: AN EVALUATION ON OCCUPATIONAL ACCIDENTS AND EMPLOYMENT DATA

Abstract

The aim of this study is to emphasize the increasing importance of occupational health and safety in the logistics sector, which is developing rapidly in Turkey and in the world. In the logistics sector, it is important that the operations are labor-intensive and that the working environments have a security procedure that will not interrupt the supply chain. In the study, the concepts of logistics activities and occupational health and safety (OHS) were explained and their importance was emphasized. Quantitative data were collected and analyzed in order to determine the quantity of hazards arising in logistics activities and to examine whether they are of significant size. Quantitative analysis method including descriptive and estimated statistical analyzes was used in the research. The data used were obtained from the occupational accident data of the people employed according to the economic activity of TURKSTAT and the SSI statistical annuals for the years 2014-2021. As a result of the analyzes, it has been determined that there has been a continuous increase in the number of occupational accidents in the logistics sector as of 2014, the number of occupational accidents in 2021 is approximately twice that of 2014, and the occupational accidents in courier transportation have increased at very high rates. All findings were interpreted and the general situation of the sector was evaluated.

**Keywords:** Logistics Management, Occupational Health and Safety, Logistics Sector

**JEL Classification:** M30, J28, C80

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kafkas Üniversitesi, Sarıkamış MYO, Lojistik Programı, [omercengiz99@gmail.com](mailto:omercengiz99@gmail.com), ORCID: 0000-0002-4645-3318

<sup>2</sup> Öğr. Gör., Kafkas Üniversitesi, Sarıkamış MYO, İş Sağlığı ve Güvenliği Pr., [ismailaksit.isak@gmail.com](mailto:ismailaksit.isak@gmail.com), ORCID: 0000-0003-4753-8505



## 1. Giriş

Lojistik yönetimi, üretimle ilgili ilk faaliyetlerin başladığı nokta ile ürünün tüketildiği son nokta arasında ürün, hizmet ve bunlarla ilgili bilginin taşıma, depolama, gümrükleme, sigortalama ve dağıtım işlemlerinin etkin ve verimli bir şekilde planlanması, organize edilmesi, yürütülmesi ve kontrol edilmesidir (Çancı ve Erdal, 2009:37). Üretim dışında ortaya çıkan ve tedarik zincirindeki faaliyetlerin yerine getirilmesini sağlayan tüm operasyonlar lojistik faaliyetler kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bu faaliyetler işletmelerin kendi birimleri ile yürütülebileceği gibi lojistik hizmet sağlayıcı işletmelerden destek alınarak da yürütülebilir. Karşıladığı gereksinimlerin fazlalığı ve gerekliliği neticesinde lojistik, önemi günden güne artan ve hızlı büyüme potansiyeline sahip bir sektör olarak gelişimini devam ettirmektedir. Lojistik sektörü yüksek düzeyde teknoloji kullanan bir yapıya sahip olmasının yanı sıra, önemli bir emek yoğun faaliyetler zinciri olarak da karşımıza çıkmaktadır. Emek yoğun çalışma koşullarına sahip diğer sektörlerde olduğu gibi lojistik sektöründe de İş Sağlığı ve Güvenliği (İSG) politikaları hayati bir öneme sahiptir. Türkiye’de İSG düzenlemeleri hem lojistik sektörü hem de diğer sektörlerde yakın bir geçmişe dayanmaktadır. Özellikle lojistik sektöründe her geçen gün yaşanan istihdam ve iş hacmindeki hızlı artış nedeniyle güvenli çalışma ortamlarının oluşturulması ve lojistik işletmelerindeki güvenlik kültürü çalışmalarının daha öncelikli bir konu olarak değerlendirilmesi gerekliliği ön plana çıkmıştır (Baylan ve Karaçevirgen, 2019:2).

Hızlı bir büyüme potansiyeline sahip olan lojistik sektöründeki İSG konularını ele almada yavaş bir seyir olduğu görülmektedir (El Hijazi ve El Amili, 2020:28). Ek olarak lojistik sektöründe İSG konusunda sınırlı sayıda bilimsel araştırma yapıldığı açık bir şekilde görülmektedir. Lojistikte uygulanacak iş güvenliği prosedürleri, süreçlere ait sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önemlidir (Auyong vd., 2011:15). Bu nedenlerden dolayı lojistik sektörü açısından İSG uygulamalarının önemini vurgulamak, İSG farkındalığına katkıda bulunmak ve iş kazası ve istihdam verileri açısından bir değerlendirme yapmak amacıyla bu bilimsel araştırma çalışması yapılmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Lojistik Yönetimi ve Lojistik Faaliyetler

Tüm sektörler için ihtiyaç duyulan ürün, hammadde, teçhizat, malzeme ve bilginin istenilen yer ve zamanda akışının sağlanması amacıyla taşıma, depolama, dağıtım, teslimat vb. faaliyetlerin etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi sürecine “Lojistik” denilmektedir

(Bakan ve Şekkeli, 2017:2). Tedarik zinciri içerisinde lojistiğin görevi, ihtiyaç duyulan mal ve hizmetlerin doğru yerde, doğru zamanda, doğru miktarda, doğru şartlarda, en düşük maliyetle ve hasarsız bir şekilde bulunmasını sağlamak amacıyla tüm akışların gerçekleştirilmesidir (Nebol, 2016: 9). İnsanlığın var olduğu günden beri var olan lojistik kavramı son yıllarda giderek daha önemli bir hale gelerek faaliyet alanı ve rolü açısından önemli bir gelişim göstermiştir. Son yıllarda lojistik, işletmeler için en önemli rekabet avantajı sağlama araçlarından birine dönüşmüştür. Lojistiğin faaliyet alanına bakıldığında depolama faaliyetleri, taşıma faaliyetleri, sigortalama faaliyetleri, gümrükleme faaliyetleri, fiziksel dağıtım faaliyetleri, tesis yeri seçimi, envanter yönetimi, bilgi yönetimi, geri dönüşüm faaliyetleri gibi bir çok alan olduğu görülmektedir (Gümüş, 2012:11). Lojistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sırasında bilgi, teknoloji ve otomasyonun kullanılmasıyla birlikte beden gücüne de ihtiyaç duyulmaktadır. Lojistikteki emek yoğun işler sırasında oluşabilecek iş kazalarına bakış ve bu kazaların azaltılmasına yönelik yapılan çalışmalar işgücü maliyetlerinin azaltılması, personel motivasyonunun sağlanması, üretkenlik ve verimliliğin artırılmasına olanak sağlarken aynı zamanda işletmelerin prestijine önemli katkılar sunmaktadır (Baş ve Köseoğlu, 2019: 268). İşgücünün korunması güvenlik, sağlık ve çalışan morali açısından büyük bir öneme sahipken insan onuruna uygun olarak çalışanlara yönelik davranış ve politikalar geliştirmek açısından da önemlidir (Rahayu ve Herniwanti, 2021:532).

## 2.2. İSG ve İlgili Kavramlar

Çalışma sahası içerisinde çalışanların, işlerini yürütmeleri sırasında, çeşitli sebeplerden kaynaklanan ve sağlığa zarar verebilecek olan şartlardan meydana gelebilecek tehlikelerden korunması için yapılan bilimsel ve sistemsal veya multidisipliner metotlu çalışmalara İSG denir (6331 Sayılı Kanun, 2012). Çalışma sahalarında meydana gelebilecek tehlikelerin gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkan durum iş kazası olarak adlandırılmaktadır. 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası kanununda yer alan İş Kazası tanımı şu şekildedir (5510/13 md SSGSSK, 2006);

-İşyerinde işveren tarafından yürütülmekte olan çalışma nedeniyle sigortalı olarak çalışanın bulunduğu esnada,

-Kendi nam ve hesabına bağımsız olarak çalıştığı süreçteki iş nedeniyle,

-Çalışanın görevli olarak işyeri dışında asıl işini yapmaksızın bir yere gönderilmesi sebebiyle,

-Emziren kadın çalışanın süt verme sürecinde geçen zamanlarda,

-Çalıştıran tarafından sağlanan uygun bir taşıt ile işyerine geliş gidiş sırasında,

meydana gelen ve sigortalıyı o anda veya daha sonra ruhen ya da bedenen engelli hale getiren olay olarak tanımlanmaktadır.

İSG için önemli diğer bir kavram Meslek Hastalığı kavramıdır. Sigortalı çalışanın yaptığı veya çalıştığı işin niteliği sebebiyle tekerrür eden bir nedenle veya çalışmanın yürütülmesi koşullarından dolayı maruz kaldığı geçici veya daimi hastalık, ruhi veya bedeni engellilik durumuna Meslek Hastalığı denir (5510/14 md SSGSSK, 2006). İş kazası veya meslek hastalığı sebebiyle sigortalı olarak çalışanın işi yapamadığı veya iş göremediği süre, iş göremezlik olarak tanımlanır. Sürekli iş göremezlik kavramı ise, iş kazası veya meslek hastalığı sonucu oluşan engelli ve hastalık sebebiyle kurumca yetkilendirilen sağlık hizmeti sunucularının sağlık kurulları heyeti tarafından verilen sağlık raporlarına istinaden Kurum Sağlık Kurulunca meslekte kazanma gücünün en az % 10 oranında azalmış olma durumunu ifade eder (5510/19 md SSGSSK, 2006).

### 3. Lojistik Faaliyetlerde İSG

Lojistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sırasında tüm tedarik zinciri boyunca yaşanabilecek kesintilerin en aza indirilebilmesi ve çalışanların güvenliklerinin sağlanması amacıyla uygulanan İSG programları önemli bir görev üstlenmektedir. Aynı zamanda bu uygulamalar tedarik zinciri sürekliliği içinde büyük öneme sahiptir (Kızılırmak ve Tatlıcan, 2021:35). İş süreçleri sırasında yaşanacak olan kazalar tüm tedarik zincirini kesintiye uğratma ihtimalini taşımaktadır. Bu sebeple iş kazalarının azaltılabilmesinin en önemli unsurları İSG uygulamalarının benimsenmesi ve işletme içerisinde bir İSG kültürünün oluşturulmasıdır (Özaslan, 2011:243). Lojistik faaliyet gerçekleştiren işletmelerde en iyi uygulamaların seçildiği bir güvenli işletme kültürü oluşturabilmek için devlet otoritesi, sektör paydaşları ve çalışanlardan oluşan tüm paydaşların birlikte hareket etmesini gerektiren etkili ve sürekli bir eğitim konseptine sahip olunması önem arz etmektedir (Auyong vd., 2014:9).

İş sağlığı ve güvenliğinin lojistik işletmelerindeki öncelikli amacı iş süreçlerinde yaşanması muhtemel kesintileri en aza indirecek süreç etkinliğini sağlamaktır. Gerçekleştirilen faaliyetlerin güvenlik bakış açısıyla incelenip, iyileştirilmelerin yapılması sonucunda işletmelerin sürdürülebilirliğine katkı sunulmuş olacaktır. Sağlam bir güvenlik yönetim sisteminin varlığı sürdürülebilir büyüme stratejilerinin yanı sıra küresel rekabetçi pazarlarda çalışma koşullarının iyileştirilmesi için önemli bir faktördür (Auyong vd., 2014:6). İSG politikalarının uygulanması ve süreçlerde önleyici proaktif yaklaşımın sergilenebilmesi için

öncelikle işletmelerdeki yönetimin ve çalışanların güvenlik konularındaki farkındalıklarının artırılması gerekmektedir. Lojistik operasyonlar sırasında yaşanacak aksaklıkların, devam etmesi gereken birçok sürecin durmasına sebep olacağı bilinmeli ve lojistik faaliyetlerde sürekliliği sağlanmanın zorunlu olduğu bilinmelidir (Akan ve Dalbay, 2015:62).

Lojistik faaliyetler içerisinde taşımacılık sistemleri, depolama faaliyetleri, stok yönetimi, malzeme tedarik süreçleri, bilgi yönetimi, elleçleme ve paketleme işlemleri, satış sonrası işlemler vb. birçok iş süreci yoğun işgücü gerektiren, İSG açısından belirli riskler taşıyan özellikleri sebebiyle çalışanların İSG konusunda yüksek bilinç düzeyine sahip olmalarını gerektirmektedir (Özaslan, 2011:244). Lojistik hizmet üreten işletmelerde İSG uygulamalarının etkili bir biçimde gerçekleştirilmesinde ve güvenlik bilincinin oluşturulmasında kararlı bir liderliğe ihtiyaç olduğu bilinmelidir. İşletme yönetiminin yapacağı liderlik ile birlikte çalışanların İSG konusunda yetkinliklerinin artırılması amacıyla sürekli eğitim mekanizmalarının oluşturulması gerekmektedir. Açık bir güvenlik politikasına sahip olan işletmeler, çalışanlarını kendi güvenliklerinin sorumluluğunu almaya teşvik edecektir (Auyong vd., 2014:7).

Lojistik sektörü çalışma koşulları incelendiğinde faaliyetlerin gerektirdiği işlem hızı ve yük özelliğine göre değişen tehlike boyutları agresif ve tehlikeli bir çalışma ortamı meydana getirmektedir. Bunun sonucu olarak gerekli önlemlerin yeterli düzeyde alınamaması ile birlikte iş kazaları kaçınılmazdır. Yapılan işler sırasında oluşabilecek engeller öngörülerek insan veya makine kaynaklı oluşabilecek kazalar önlenmeli ve planlanan iş süreçlerinin devamlılığı sağlanmalıdır (Akan ve Dalbay, 2015:32). Ayrıca iş sağlığı ve güvenliğinin lojistik operasyonlardaki maliyet etkinliğine önemli katkıları bulunmaktadır. Gerçekleştirilen operasyonlarla ilgili tüm kaynakların ve dahili işlemlerin optimal yönetimi ve kontrolü, sadece daha iyi finansal sonuçlar ile sağlanamaz, aynı zamanda İSG gibi yasal standartlara uygunluğun dikkate alınması gerekmektedir.

Böylece işletmelerin faaliyetlerinin sürekli hale getirilmesi ve çalışanların refah düzeylerinin artırılması sağlanmış olacaktır (Marrugo, 2017:85).

Türkiye’de lojistik sektörünün gelişimi için gerekli düzenlemeler hem sektör paydaşları hem de kamu kurumları tarafından gerçekleştirilmektedir. Bunun yanı sıra İSG hususu sektörde düzenleme bekleyen öncelikli alanlardan birisidir. İSG ile ilgili yapılacak düzenlemeler sadece mevzuat açısından gerçekleştirilemeyecek bir yapıdadır. Lojistik sektöründe İSG kültürünün oluşturulabilmesi adına sektördeki farkındalığın artırılması, sektör çalışanlarının

bilinçlendirilmesi ve Türkiye’de sektörün durumunun iyi analiz edilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu koşulları sağlayabilecek bir mevzuatın çıkarılması daha başarılı sonuçlar doğuracaktır (Baylan ve Karaçevirgen, 2019:11).

### 3.1. Lojistikte İSG Uygulamalarının Önemi

Dünyada ve Türkiye’de lojistik giderek önemi artan bir sektördür. Türkiye’nin uluslararası standartlara ulaşma çabası doğrultusunda İSG alanında gerçekleştirilen çalışmalar ve getirilen düzenlemeler lojistik işletmelerini ve bu sektörün çalışanlarını doğrudan etkilemektedir. Yoğun çalışma koşulları, özellikle taşımacılık alanında gerçekleştirilen uzun soluklu faaliyetler ile iş motivasyonu ve iş doyumunda yaşanan değişimler lojistik çalışanları için önemli konulardır. Bu çalışma koşullarında faaliyet gösteren çalışanlar için alınacak önlemlerin yeterliliği çalışan morali ve işten ayrılma niyeti gibi birçok etkeni etkileyeceği bilinmelidir (Eyitmiş ve Kaplan, 2021:88).

Küresel çapta gerçekleştirilen lojistik faaliyetler ile artan ürün hareketi ve karşılanması gereken hız faktörü neticesinde araç hareketliliğinin yanı sıra elleçleme işlemlerinin yoğunluğu ve süreç tıkanıklığı kaçınılmaz şekilde ortaya çıkmaya başlamıştır (Çoban vd., 2021:137). Lojistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sırasında yaşanacak herhangi bir eksiklik veya sapma düşük performans, hizmet kalitesinin azalmasına ve pazar payının kaybedilmesine neden olabilmektedir. Yaşanabilecek bu tip sorunların üstesinden gelebilmek için tüm lojistik iş süreçlerine ait risklerin belirlenmesi ve düzenleyici/önleyici tedbirlerin alınması büyük önem taşımaktadır (Kızılırmak ve Tatlıcan, 2021:38). Lojistik faaliyetler sırasında çalışanların yapacakları işlerdeki görev tanımı netliğinin tam olmaması bireyin alışılmadık durumlarda çalışmasına ve dolayısıyla kaza olasılığının artırmasına yol açabileceği bilinmelidir. Ayrıca karmaşık iş yapış şekillerinin, iş kazaları üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olabileceği unutulmamalıdır.

Lojistik faaliyetlerde uygulanacak etkin İSG uygulamaları, uzun zaman alabilecek tedarik zinciri kesintilerini en aza indiren güvenlik programının verimliliğini ve etkinliğini sağlamak adına önemli bir çözüm yöntemidir (Auyong vd., 2014:3).

Yöneticiler tedarik zinciri risk planlaması ve yönetimi ile ilgili olarak yüksek bir kırılma seviyesi ile karşılaştıklarında zincir içerisinde yürütülen lojistik faaliyet konularını en önemli gündem maddeleri olarak değerlendirmeli ve risk faktörleri belirlenerek yönetimlerinin sağlanması gerekmektedir (Wagner ve Neshat, 2012:2881). Bu sebeple İSG uygulamalarının sistem yaklaşımı bakış açısı ile ele alınmasının lojistik sektörü açısından önemli sonuçlar

doğuracağı bilinmelidir (Özaslan, 2011:343). Lojistik stratejilerinin doğru uygulanması işletmeler için önemli fırsatlar yaratırken, İSG uygulamalarını doğru bir şekilde yapan işletmeler bu fırsatları daha etkin bir şekilde yakalama imkânı bulacaktır. İSG uygulamaları lojistik firmalarının üretkenliğine katkı sunarken aynı zamanda da çalışan motivasyonunun artmasını sağlamaktadır (Eytmiş ve Kaplan, 2021:75).

### **3.2. İSG'nin Lojistik İş Süreçleri Açısından Sağladığı Faydalar**

İSG uygulamalarının sağladığı faydalar ve önleyici bir yaklaşıma sahip olması nedeniyle lojistik sektörü açısından uygulanması gereken önemli bir konu olduğu görülmektedir. Özellikle son zamanlarda İSG uygulamalarının kalite yönetim ve çevre sistemleri ile entegre bir biçimde ele alınması gerektiği ortaya çıkmıştır. Yeni yaklaşımla faaliyet gösteren işletmelerin başarı göstergelerindeki artış bu kavramlara olan ilginin önümüzdeki yıllarda yaygınlaşacağına işaret etmektedir (Akan ve Dalbay, 2015:24).

Lojistik sistemlerin iş güvenliği açısından analizi yapılarak risk içeren ve sık bir şekilde gerçekleşen iş kazası etmenlerinin tespit edilmesi gerekliliği öncelikli bir süreçtir. Lojistik faaliyetlerde tehlike içeren işgücü hareketleri ile ilgili en sık görülen doğrudan nedenler arasında; izin gerektiren ekipman çalıştırılması, uygun olmayan tehlike uyarıcıları, ekipmanın uygun hızda çalıştırılmaması, güvenlik önlemlerinin kullanılmaması veya işe uygun olmayan ekipman kullanımı sayılabilir. Güvenli olmayan çalışma koşulları ise; uygun olmayan koruyucu güvenlik ekipman ve cihazları, yetersiz aydınlatma, uygun olmayan yükleme/boşaltma ekipmanları, hareket sırasında yardımcı hizmet faaliyetleri, sınırların üstünde yük taşımaları, hasarlı ekipman kullanımı ve yasaklanmış eylemlerin gerçekleştirilmesi sayılabilir (Tabor ve Modrak, 2015:167).

Lojistik iş süreçlerindeki tehlike içeren işgücü hareketleri ve güvenli olmayan çalışma koşullarının ortadan kaldırılması ancak etkin bir İSG yaklaşımı ile sağlanabileceği unutulmamalıdır.

Lojistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sırasında sektör açısından önemli olan kısıtlar çalışanların güvenliğini önemli ölçüde tehlikeye atabilmektedir. Lojistik sektöründe iş akışlarının zaman yönünden yetiştirilme baskısı iş istasyonları üzerinde güçlü bir gerilim ve çalışanlar üzerinde baskı oluşturmaktadır. Ayrıca aşağıda özetlenen iş koşulları ve lojistik süreçlerin beklentilerine ait riskleri belirgin bir biçimde ortaya çıkmaktadır (El Hijazi ve El Amili, 2020:29):

- Lojistik bilgi sistemlerinin benimsenmesiyle akışların yoğunlaşması, çalışma temposunun hızlanmasına neden olur ve çalışanlar, dayatılan hıza ayak uydurmak için çaba sarf etmek durumunda kalır.
- Lojistik operasyonlarında çalışanlar zaman baskısı altında yükleri kaldırması, hareket ettirmesi veya taşıması gerekir.
- Psiko-sosyal riskleri tetikleyebilecek, giderek ağırlaşan zihinsel aktiviteler mental yorgunluğa dönüşür (iş ritminin hızlanması, planlamanın sık değişmesi, tam zamanında operasyon).
- Özellikle lojistik faaliyetler sırasında, fiziko-kimyasal rahatsızlıkların varlığı (toz, toksinler, titreşimler, gürültü, radyasyon, tekrarlayan hareketler, kısıtlayıcı çalışma konumları, aşırı sıcaklıklar gibi) çalışma ortamlarındaki riskleri artırır. Lojistik sektörü içerisinde ortaya çıkan bu riskler ancak İSG prosedürlerinin etkin bir biçimde yürütülmesi ile kontrol edilebilir.

Son olarak lojistik işletmelerinde uygulanacak güvenlik yatırımlarına ilişkin maliyet analizlerinin yanı sıra işletmeye sağlayacağı getirilerin karşılaştırılmasına ilişkin analizler lojistikte iş güvenliği uygulamalarının gerekliliğine ve kabul edilme sürecine önemli bir etki yapacağı düşünülmektedir. Ayrıca işletmelerde kurulması ve uygulanması düşünülen güvenlik sistem ve cihazlarının seçilmesinde uygulanacak karar süreci de önemli bir problem olarak ortaya çıkabilmektedir (Auyong vd., 2011:16).

#### 4. Yöntem

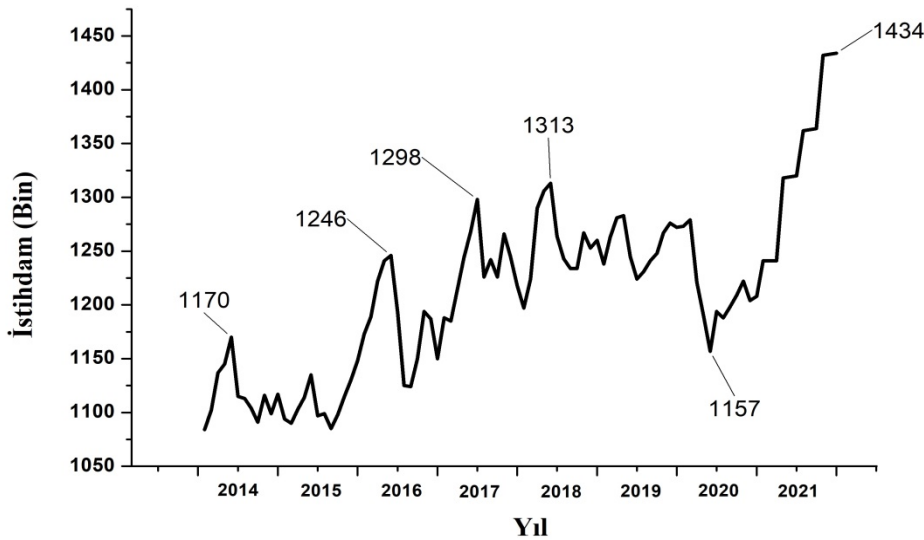
Lojistik sektöründe İSG uygulamalarının artan önemi ve gereklilikleri üzerine yazılmış olan bu bilimsel araştırma makalesinde, Türkiye lojistik sektörüne ait iş kazası ve istihdam verileri nicel analiz yöntemleri kullanılarak durum değerlendirmesi yapılmıştır. Veri toplama sürecinde iş kazalarına ait veriler, 2014-2021 yılları için düzenlenmiş Türkiye Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) “İstatistik Yıllıklarından” elde edilmiştir. İstihdam verileri ise 2014-2021 yıllarını kapsayacak şekilde Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) “Ekonomik Faaliyete Göre İstihdam Edilenler” tablolarından elde edilmiştir. Elde edilen veriler tanımlayıcı ve tahmini istatistiksel analizler kullanılarak araştırma sorularına yanıt aranmıştır. Tanımlayıcı istatistiksel analizler kapsamında, iş kazası ve istihdam verileri yıllara göre tasnif edilerek oransal karşılaştırmalar yapılmış, elde edilen sonuçlar tablolar ve grafikler kullanılarak genel durum özetlenmeye çalışılmıştır. Tahmini istatistiksel analizler kapsamında ise iş kazası ve istihdam değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiş ve yine aynı kapsamda lojistik ve imalat

sektörlerinde yaşanan iş kazası düzeyleri arasında bir fark olup olmadığı incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki ve fark testlerinin parametrik teknikler kullanılarak yapılabilmesi için gerekli ön şart olan normallik testleri yapılarak verilerin dağılım şekillerini gösteren çarpıklık ve basıklık katsayıları elde edilmiştir. Bu katsayıların +1 ile -1 aralığında olması nedeniyle analizlerde, Pearson Korelasyon ve Bağımsız İki Örneklem T Testi parametrik analiz yöntemleri kullanılmıştır. Bağımsız İki Örneklem T Testi uygulanmadan önce lojistik ve imalat sektörü iş kazası değişkenlerine ait veriler standart hale getirilmek amacıyla Z dönüşümüne tabi tutulmuştur. Burada amaç sektör büyüklüklerinin denk olmaması durumu nedeniyle ortaya çıkabilecek farklılığın ortadan kaldırılmasıdır.

## 5. Bulgular

Türkiye’de son yıllarda ekonomik bir büyüme gösteren ve ülkenin ekonomik faaliyetleri içerisinde önemli bir paya sahip olan lojistik sektörü, çalışan sayısı açısından da önemli bir sektördür. Lojistik sektöründe 2014-2021 yılları arasındaki yıllık çalışan sayıları aşağıda yer alan Grafik 1’de görülmektedir.

**Grafik 1:** Lojistik Sektörü İstihdam Edilen Çalışan



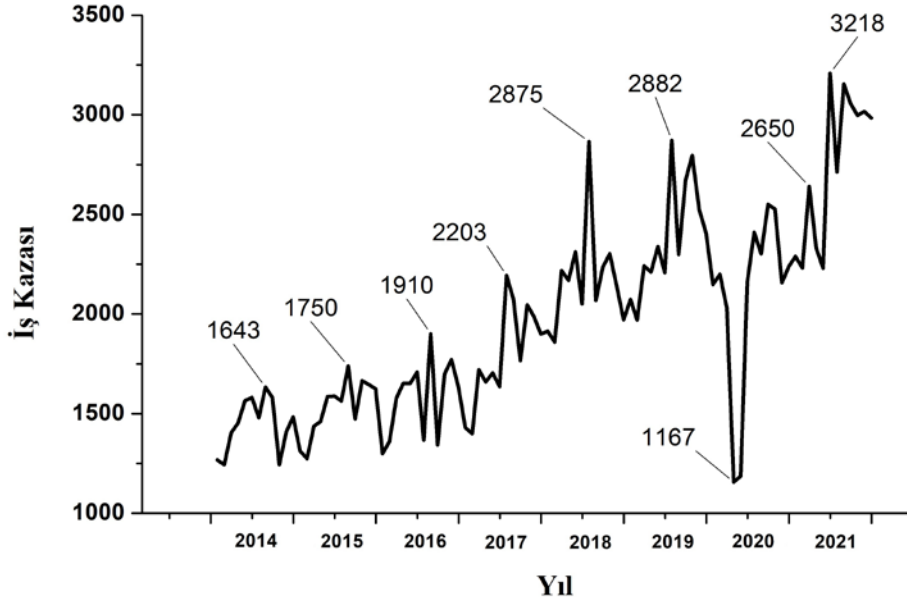
**Kaynak:** TÜİK 2014-2021 İşgücü İstatistikleri

İstihdam verilerine ait grafik incelendiğinde sektörde istihdam edilen kişi sayısının artma eğilimi görülmektedir. 2014 yılına ait yıllık çalışan sayısının 1 milyon 119 bin kişi olduğu, 2021 yılında ise bu sayının 1 milyon 339 bin olduğu görülmektedir. Grafikte yer alan veriler yıllara göre incelendiğinde her yıl bir önceki yıla göre artış göstermektedir. Ancak 2019 ve



2021 yılları arasında yaşanan keskin düşüş Covid-19 salgını dönemini göstermektedir. İstihdam edilen personel sayılarındaki artış ile birlikte lojistik faaliyetler sırasında yaşanan iş kazalarında da bir artış yaşanma ihtimali artmaktadır. Lojistik sektöründe 2014-2021 yılları arasında yaşanan iş kazaları aşağıda yer alan Grafik 2’de görülmektedir.

**Grafik 2:** Lojistik Sektöründe Yaşanan Aylık İş Kazaları



**Kaynak:** SGK İstatistik Yıllıkları 2014-2021

Yaşanan iş kazası sayıları istihdam verileri grafiğindeki artışla benzer bir eğilim göstermektedir. Grafik aylık iş kazalarını gösterirken, 2017 yılında lojistik sektöründe yaşanan toplam iş kazası sayısı 17 bin 465, 2021 yılında yaşanan toplam iş kazası 32 bin 973 olarak gerçekleşmiştir. Grafik incelendiğinde iş kazalarında yaşanan genel artış eğiliminin yine 2019-2020 yıllarında yaşanan pandemi sürecinde düşük seviyelerde gerçekleştiği görülmektedir.

Lojistik sektöründe yaşanan iş kazalarının daha anlaşılır bir biçimde yorumlanabilmesi ve kaza sayılarının anlamlılığının belirlenmesi için 2014-2021 yılları arası imalat sektörü iş kazası ve istihdam verileri düzenlenerek lojistik sektörüne ait veriler ile karşılaştırılması yapılmış ve aşağıda yer alan Tablo 1 elde edilmiştir. İmalat sektörünün karşılaştırma için tercih edilmesinin sebebi lojistik sektörü ile yakın ilişkili olması ve imalat sektörünün İSG uygulamaları açısından yüksek yoğunluklu bir sektör olmasıdır.

**Tablo 1:** Lojistik ve İmalat Sektörlerine Ait İş Kazası ve İstihdam Verileri Yüzdeler Artış

Yıllar	Lojistik İş Kazası	Yıllık Yüzdeler Artış	İmalat İş Kazası	Yıllık Yüzdeler Artış	Lojistik İstihdam	Yıllık Yüzdeler Artış	İmalat İstihdam	Yıllık Yüzdeler Artış
2014	17465		106457		1119000		4936000	
2015	18491	5,87%	112713	5,88%	1108000	-0,98%	4956000	0,41%
2016	19087	3,22%	126724	12,43%	1185000	6,95%	4915000	-0,83%
2017	21640	13,38%	154975	22,29%	1235000	4,22%	4969000	1,10%
2018	26229	21,21%	177334	14,43%	1255000	1,62%	5232000	5,29%
2019	28733	9,55%	176211	-0,63%	1256000	0,08%	5154000	-1,49%
2020	25188	-12,34%	173192	-1,71%	1209000	-3,74%	5070000	-1,63%
2021	32973	30,91%	235069	35,73%	1339000	10,75%	5689000	12,21%

**Kaynak:** SGK İstatistik Yıllıkları 2014-2021 ve TÜİK 2014-2021 İşgücü İstatistikleri

Tablo 1 incelendiğinde hem lojistik sektörü hem de imalat sektörüne ait iş kazası ve istihdam verileri 2014-2021 yıllarını kapsayacak şekilde yer almaktadır. Sektörlere ait iş kazası ve istihdam verilerinin yanlarında yer alan sütunlarda ise bir önceki yıla göre yüzdeler artış miktarları yer almaktadır. Genel olarak tabloda yer alan veriler değerlendirildiğinde; lojistik sektörünün iş kazaları açısından imalat sektörünü takip eden bir yapıda olduğu ve yaşanan artış ve azalış eğilimlerinin iki sektörde benzer biçimde gerçekleştiği görülmektedir. Lojistik sektöründe yaşanan iş kazaları incelendiğinde 2020 yılı dışındaki tüm yıllarda bir önceki yıla göre pozitif yönlü bir artış olduğu görülmektedir. Pandemi döneminin ardından aktif iş yaşamına dönüşlerin yaşandığı 2021 yılında hem lojistik hem de imalat sektörleri iş kazalarında yaşanan yüzdeler artışların %30'un üzerinde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Her iki sektör için de çalışma ortamlarındaki güvenlik prosedürlerinin dikkatle takip edilmesi önem arz etmektedir.

Lojistik ve imalat sektörlerinin yıllık iş kazası ve istihdam verilerinin oranlarının belirlenmesi yaşanan iş kazalarının oransal açıdan değerlendirilmesi için önemlidir. Aşağıda yer alan Tablo 2'de iki sektör açısından yıllık iş kazası oranları yüzdeler olarak gösterilmektedir.

**Tablo 2:** Lojistik ve İmalat Sektörleri Yıllık İş Kazası Oranları

Yıllar	Lojistik İstihdam	Lojistik İş Kazası	Lojistik Kaza Oranı (%)	İmalat İstihdam	İmalat İş Kazası	İmalat Kaza Oranı (%)
2014	1119000	17465	1,56%	4936000	106457	2,16%
2015	1108000	18491	1,67%	4956000	112713	2,27%
2016	1185000	19087	1,61%	4915000	126724	2,58%
2017	1235000	21640	1,75%	4969000	154975	3,12%

<b>2018</b>	1255000	26229	2,09%	5232000	177334	3,39%
<b>2019</b>	1256000	28733	2,29%	5154000	176211	3,42%
<b>2020</b>	1209000	25188	2,08%	5070000	173192	3,42%
<b>2021</b>	1339000	32973	2,46%	5689000	235069	4,13%

**Kaynak:** SGK İstatistik Yıllıkları 2014-2021 ve TÜİK 2014-2021 İşgücü İstatistikleri

Tablo 2 incelendiğinde her iki sektör için iş kazası oranlarının 2014 yılından başlayarak bir önceki yıla göre artış gösterdiği görülmektedir. 2014 yılı lojistik sektörü için oran %1,56 iken imalat sektörü için %2,16 dır. 2021 yılına gelindiğinde lojistikte oranın %2,46'ya, imalat sektöründe ise %4,13'e yükseldiği dikkat çekmektedir. Türkiye gibi sanayi ve lojistik alanlarında gelişim gösteren ülkelerin iş kazası oranlarındaki devamlı yükseliş dikkate alındığında, İSG konularında da önemli düzenlemeleri hızlı bir şekilde ele alması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Özellikle daha aktif bir yapı kazanmaya ve büyümeye başlayan lojistik sektöründe kalıcı düzenlemeler önem arz etmektedir.

Lojistik faaliyetler taşıdıkları riskler açısından değerlendirildiğinde, yüksek risk taşıyan faaliyetler ve daha düşük düzeyde risk taşıyan faaliyetler olarak bir ayırım yapılabilir. 2014 yılı itibari ile faaliyetlerde yaşanan iş kazası sayıları faaliyetlere göre değişkenlik gösterdiği açıktır. Aşağıda yer alan Tablo 3 ve Grafik 3 lojistik faaliyetlere ilişkin yaşanan yıllık iş kazası sayılarını göstermektedir.

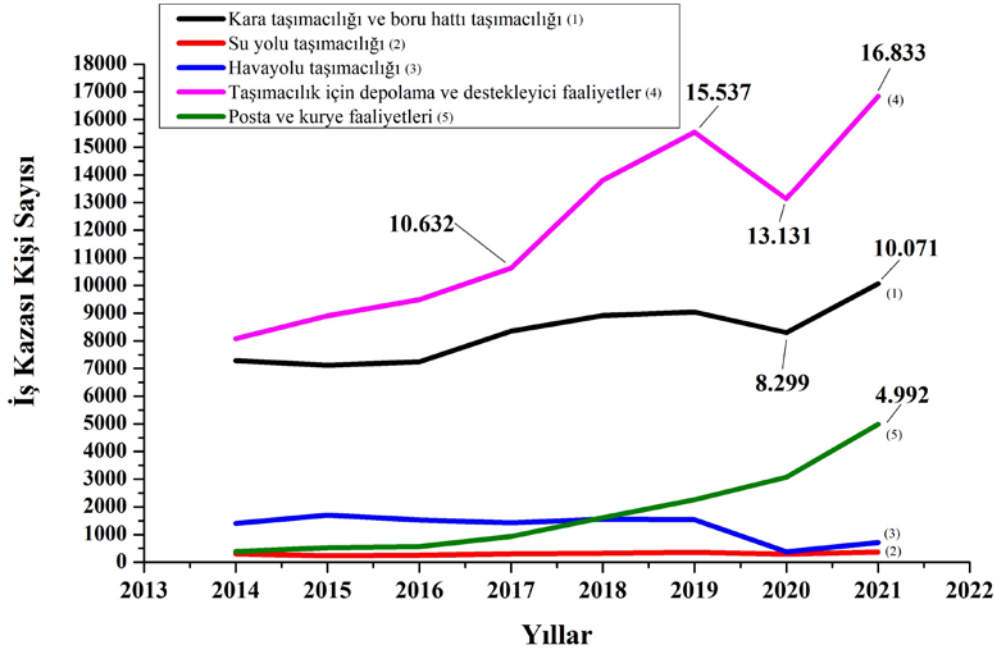
**Tablo 3:** Lojistik Faaliyetler Açısından İş Kazaları

<b>Lojistik Faaliyetler</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı	7.287	7.117	7.246	8.353	8.917	9.039	8.299	10.071
Suyolu taşımacılığı	310	235	253	307	329	358	300	368
Havayolu taşımacılığı	1.398	1.705	1.526	1.420	1.564	1.536	384	709
Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	8.079	8.904	9.496	10.632	13.806	15.537	13.131	16.833
Posta ve kurye faaliyetleri	391	530	566	928	1.613	2.263	3.074	4.992
<b>TOPLAM</b>	<b>17.465</b>	<b>18.491</b>	<b>19.087</b>	<b>21.640</b>	<b>26.229</b>	<b>28.733</b>	<b>25.188</b>	<b>32.973</b>

**Kaynak:** SGK İstatistik Yıllıkları 2014-2021

Tablo 3'te 2014-2021 yılları arasında yaşanan iş kazalarının lojistik faaliyetler açısından tasnif edilmiş şekli yer almaktadır.

**Grafik 3: Lojistik Faaliyetlere Göre İş Kazaları**



**Kaynak:** SGK İstatistik Yıllıkları 2014-2021

Lojistik faaliyetler için iş kazalarını gösteren tablo ve grafik incelendiğinde en yüksek iş kazası sayılarının taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetlerde yaşandığı görülmektedir. İkinci sırada ise kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı ile ilgili faaliyet alanları yer almaktadır. Grafikte iş kazası sayılarında yıllara göre genel bir artış yaşandığı görülmektedir. En önemli artış yaşanan faaliyet alanı ise posta ve kurye faaliyetlerinde ortaya çıkmıştır. Son yıllarda değişen ve yeni ortaya çıkmaya başlayan kurye hizmetleri ve son kilometre teslimat kavramı ile birlikte özellikle şehirlerde daha hızlı hareket imkânı sağlaması nedeniyle hızlı bir büyüme göstermektedir. Bu büyüme ile birlikte kaza oranlarında da önemli boyutta bir yükseliş meydana gelmiştir. 2014 yılında 391 olan kaza sayısı 2021 yılında 4 bin 992 sayısına ulaşmıştır. Bu alan iş güvenliği açısından gerekli önleyici uygulamalara hızlı bir şekilde ihtiyaç duymaktadır.

Lojistik sektörüne ait istihdam ve iş kazası verileri yukarıda incelenerek genel durum tanımlanmaya çalışılmıştır. Ek olarak iş kazası ve istihdam verileri arasındaki ilişkilerin açıklanması ve imalat ile lojistik sektörlerindeki iş kazası sayılarının anlamlı bir şekilde farklılaşma gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla H1 ve H2 hipotezleri belirlenerek testler yapılmıştır. Hipotezlere uygulanacak parametrik testlerin uygulanabilmesi için değişkenlere ait verilerin normal dağılım göstermesi gerekliliği nedeniyle verilere normallik

testleri uygulanmış ve verilere ait çarpıklık ve basıklık katsayıları aşağıda yer alan Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4:** İş Kazası ve İstihdam Değişkenlerine Ait Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

Değişken	İstatistik	Standart Hata
Lojistik sektörü iş kazası	Çarpıklık (Skewness)	,530
	Basıklık (Kurtosis)	-,445
Lojistik sektörü istihdam	Çarpıklık (Skewness)	,429
	Basıklık (Kurtosis)	,158
İmalat sektör iş kazası	Çarpıklık (Skewness)	,602
	Basıklık (Kurtosis)	-,173

Lojistik sektörü iş kazası ve istihdam verileri ile imalat sektörü iş kazası verilerine ait çarpıklık ve basıklık katsayıları tabloda incelendiğinde +0,1 ile -0,1 aralığında olduğu görülmektedir. Verilerin analizi sonucu ortaya çıkan çarpıklık ve basıklık katsayılarının +1,5 ile -1,5 arasında olması dağılımın normale yakın olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Buna göre lojistik sektörü iş kazası ve istihdam verileri ile imalat sektörü iş kazası verilerinin analizi sırasında parametrik hipotez testlerinin kullanımı uygundur.

İlk olarak lojistik iş kazası ve lojistik istihdam verileri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kurulan; **H1:** Lojistik sektöründe yaşanan iş kazaları ile istihdam edilen kişi sayısı arasında anlamlı ve olumlu yönde bir ilişki vardır. Hipotezi test edilerek iş kazası ile istihdam edilen çalışan sayısı arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda elde edilen veriler Tablo 5'de yer almaktadır.

Tablo 5: Korelasyon Analizi

Korelasyon Analizi		
Değişkenler	Lojistik sektörü iş kazası	Lojistik sektörü istihdam
Lojistik sektörü iş kazası	Pearson korelasyon	1
	Anlamlılık Düzeyi	
	N	96
Lojistik sektörü istihdam	Pearson korelasyon	,788**
	Anlamlılık Düzeyi	,000
	N	96

\*\*Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır

İş kazası ve istihdam değişkenleri için yapılan korelasyon analizine ilişkin veriler incelendiğinde; korelasyon katsayısı  $r=0,788$  olduğu, anlamlılık düzeyinin  $p=0,000$  olduğu ve bu değer  $p<0,005$  koşulunu sağladığı görülmektedir. Buna göre H1 hipotezi kabul edilerek lojistik sektöründe yaşanan iş kazası ile istihdam edilen çalışan sayısı arasında yüksek

düzeyde anlamlı ve olumlu bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre önümüzdeki yıllarda sektörün gelişimi ile paralel olarak çalışma ortamlarının güvenliği konusunun da daha önemli bir boyuta ulaşacağı söylenmelidir.

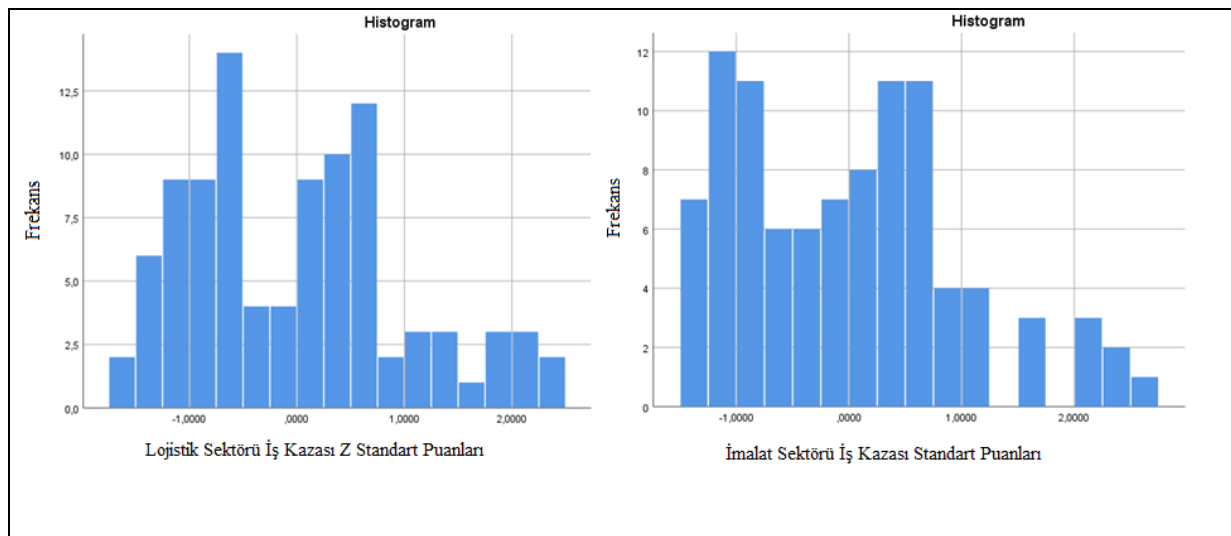
Lojistik sektöründe yaşanan iş kazaları ile imalat sektöründe yaşanan iş kazalarının aynı dağılım şeklini gösterip göstermediklerini incelemek amacıyla **H2**: Lojistik sektöründe yaşanan iş kazası sayıları ile imalat sektöründe yaşanan iş kazaları arasında anlamlı bir fark vardır hipotezi kurularak Bağımsız iki örneklem T testi ile analiz edilmiştir. T testi gerçekleştirilmeden önce iki sektöre ait iş kazası verileri Z standartlaştırması yapılarak sektör büyüklüklerinin farklı olmasına ilişkin durumun ortadan kaldırılması sağlanmıştır. Lojistik ve imalat sektörleri iş kazası verilerinin fark testine ait veriler Tablo 6’da yer almaktadır.

**Tablo 6:** Bağımsız İki Örneklem T Testi

Gruplar	N	Ortalama	Standart Sapma	t istatistiği	Serbestlik derecesi	Anlamlılık Düzeyi (Sig)
Lojistik İş Kazası	96	,000286	1,0000000	,002	190	,998
İmalat İş Kazası	96	-,000036	1,0000000			

Bağımsız iki örneklem T testi analiz sonuçları incelendiğinde anlamlılık düzeyinin 0,998 olduğu ve sıfır hipotezin reddedilmediği görülmektedir. Buna göre lojistik ve imalat sektörlerinde yaşanan iş kazası dağılımları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. İki sektöre ait iş kazası dağılımlarının daha net görülebilmesi için standart Z puanı hesaplanmış iş kazası verilerine ait histogram grafikleri aşağıda Grafik 4’te yer almaktadır.

**Grafik 4:** Lojistik ve İmalat Sektörlerine Ait İş Kazası Dağılım Grafiği



İki sektörde yaşanan iş kazalarının dağılımını gösteren histogramlar incelendiğinde kazaların +1 ila -1 standart sapma aralığında yoğun olduğu +2 standart sapmaya doğru daha az miktarda kaza sıklığı olduğu görülmektedir. İki sektör içinde dağılımın sağa çarpık bir yapıda olduğu ve genel olarak bir birine yakın iki dağılım ortaya çıktığı söylenebilir. Lojistik sektörünün iş kazaları değişkeni açısından imalat sektörü gibi iş sağlığı ve güvenliğine yüksek düzeyde ihtiyaç duyan bir sektör ile aynı dağılıma sahip olması farkındalığın artırılması açısından önemlidir. Sektörün verimli ve üretken bir yapıda geliştirilebilmesi için gerekli iş güvenliği uygulamalarının vakit geçirilmeden dikkate alınması önem arz etmektedir.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Elde edilen bulgulara göre; lojistik sektöründe yaşanan iş kazalarının 2014 yılında 17 bin 465 iken, 2021 yılında 32 bin 973'e yükselerek yaklaşık iki katlık bir yükseliş olduğu, iş kazalarının istihdam edilen personele oranlarının 2014 yılında %1,56 iken 2021 yılında %2,46'ya yükseldiği, lojistik sektöründe yaşanan iş kazalarının imalat sektöründe yaşanan iş kazası oranları ile benzer bir trende sahip olduğu görülmektedir. Lojistik sektöründe kazaların yıllara göre hem sayısal hem de oransal olarak artması, İSG uygulamalarının ve süreçlerinin daha öncelikli bir gereklilik olduğunu göstermektedir. Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucu ortaya çıkan iş kazası ve istihdam edilen personel değişkenleri arasındaki güçlü ve pozitif yönlü ilişkiye bakılarak, önümüzdeki yıllarda sektörün büyüme hızında yaşanacak artış ile birlikte iş kazası sayılarında da kaçınılmaz bir artış yaşanacağı söylenebilir.

İSG uygulamalarının çalışanlar ve işletmeler için sağladığı faydalar lojistik sektörü için önemli gereksinimlerdir. Özellikle çalışanların iş koşullarının yeterli güvenlik seviyesinde olması iş motivasyonu, örgütsel bağlılık, işten ayrılma niyeti gibi birçok kavramı yakından ilgilendirdiği bilinmektedir. İşletmeler açısından İSG uygulamalarının verimlilik, üretkenlik ve maliyet kontrolü sağladığı ve kesintisiz tedarik zinciri hedeflerinin gerçekleştirilmesinde büyük öneme sahip olduğu bilinmelidir. Yüksek hız, izlenebilirlik, tam zamanlılık gibi önemli ilkeler doğrultusunda çalışmak zorunda olan lojistik sektörü iş güvenliğini daha öncelikli bir düzeye taşımak durumundadır. Sektörde İSG eğitimleri, farkındalığın artırılması ve gerekli uygulamaların belirlenmesi de önemli konulardır. Lojistik hizmetlerin yaygınlığına paralel olarak iş güvenliği tedbirlerinin de yerinde ve zamanında alınması önem arz etmektedir. Posta ve kurye faaliyetleri sırasında yaşanan iş kazalarındaki hızlı artış, iş potansiyelinin artması ile birlikte diğer lojistik faaliyetlerde de ortaya çıkma ihtimaline sahiptir. Bu sebeple lojistik

sektöründe istihdam edilen tüm çalışanların iş güvenliği kapsamında yazılı standardın oluşturulması önerilmektedir.

## Kaynakça

- Akan, E. ve Dalbay, N. (2015). Lojistik Sektöründe Kalite ve İş Sağlığı-Güvenliği Yönetim Sistemleri: Bir Araştırma. *Beykoz Akademi Dergisi*, 3(1), 21-66.
- Auyong, H. N., Zailani, S. ve Surlenty, L. (2014). Labour Safety Standards and Practices in Malaysian Logistics Industry. Proceedings of International Conference on Innovation Driven Supply Chain ICIDSC 2014, Kedah, Malaysia.
- Auyong, H., Zailani, S. ve Surlenty, L. (2011). Safety and health management in logistics: literature review and future research. *Journal of System and Management Sciences*, 1(3), 9-20.
- Bakan, İ. ve Şekkeli, Z. H. (2017). *Lojistik yönetimi*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Baş, G. ve Köseoğlu, M. A. (2019). Analysis Of The Warehouse Work Accidents In Logistics Sector. *PressAcademia Procedia*, 9(1), 262-268.
- Baylan, Ö. Ü. M. ve Karaçevirgen, Ö. G. T. (2019). Lojistik Sektöründe İş Sağlığı Ve Güvenliği: Türkiye Örneği. II. *Uluslararası Kahramanmaraş Yönetim, Ekonomi Ve Siyaset Kongresi*, s.184-202 Kahramanmaraş.
- Çancı, M. ve Erdal, M. (2009). *Lojistik Yönetimi: Freight Forwarder El Kitabı*. Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği (Utikad), İstanbul.
- Çoban, S., Demirel, H. ve Bucak, U. (2021). Evaluating Occupational Health and Safety Applications: A Framework for Turkish Container Ports. *Journal of Transportation and Logistics*, 6(2), 137-147.
- El Hijazi, M. ve El Amili, O. (2020). Supply Chain Performance and Occupational Health and Safety: The prevention of professional risks in the logistic professions. *2020 5th International Conference on Logistics Operations Management*, pp. 1-6, IEEE.
- Eyitmiş, A. M. ve Kaplan, S. (2021). İş Güvenliği İle Motivasyon, İş Doyumu ve İşten Ayrılma İlişkilerinin Uluslararası Lojistik Firması Çalışanları Üzerine Etkisi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 12(1), 74-93.
- Gümüş, Y. (2012). *Lojistik Faaliyetler ve Maliyetler*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Kızılırmak, B. ve Tatlıcan, M. (2021). Dış Ticaret Yapan Firmalarda İş Sağlığı ve Güvenliği Uygulamalarının İş/İşletme Performansı Üzerine Etkisi. *Milli Kültür Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 34-46.
- Marrugo, E. A. B., Sierra, C. A. S., Calderon, D. D. S. ve Ferreira, C. S. (2017). Integrated management system based on the OHSAS 18001: 2007 and ISO 28000: 2006 Standards for a Logistic Services Company. *International Journal of Engineering and Applied Sciences*, 4(7), 257410.
- Nebol, E. (2016). *Tedarik Zinciri ve Lojistik Yönetimi*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Özaslan, B. Ö. (2011). *İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi ve Lojistik Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerde Bir Araştırma*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmış Doktora Tezi, İstanbul.



- Rahayu, E. P. ve Herniwanti, H. (2021). Evaluation of The Implementation of Occupational Health and Safety Programs in Logistics Companies in Pekanbaru. *Muhammadiyah International Public Health and Medicine Proceeding*, 1(1), 531-546.
- SGK İstatistik Yıllıkları, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 ve 2021 <https://www.sgk.gov.tr/Istatistik/Yillik/fcd5e59b-6af9-4d90-a451-ee7500eb1cb4/> erişim tarihi (21.10.2022).
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics: International Edition*. Boston: Pearson.
- Tabor, J. ve Modrak, J. (2015). Occupational safety management in selected logistics systems. *Polish journal of management studies*, 12(2), 161-169.
- TÜİK, “İşgücü İstatistikleri: 2014-2021 Ekonomik Faaliyete Göre İstihdam Edilenler”, [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr), erişim tarihi (08.10.2022).
- Wagner, S. M. ve Neshat, N. (2012). A comparison of supply chain vulnerability indices for different categories of firms. *International Journal of Production Research*, 50(11), 2877-2891.
- 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5510.pdf> . erişim tarihi (06.01.2023).
- 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu, <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6331.pdf> . erişim tarihi (06.01.2023).

## A CONTENT ANALYSIS OF INTERNAL AUDIT REPORTS PUBLISHED BY THE WORLD FOOD PROGRAMME (WFP)

Sezin AÇIK TAŞAR<sup>1</sup>

### Abstract

International aid organizations organize aid campaigns to reduce poverty in the world and support global economic growth. One of these organizations, the World Food Programme (WFP), aims to end the threat of hunger in the world. The aim of the study was to analyze the internal audit reports containing the countries in need and aid types that WFP, a leading international aid organization, focuses on, using the content analysis method. According to the results obtained in the study, Mozambique with 10 risks was the country with the highest number of risks among the countries in which internal audit was conducted by WFP in 2022, and the country with the lowest number of risks was Jordan with 4 risks. Another result of the study was that Haiti was the country with the highest number of high-risk observations. Apart from this, while no high risk was detected in the audits carried out in Guatemala, Iran, South Sudan, Afghanistan and Mauritania, it was another remarkable result that at least one high risk was detected in other countries.

**Keywords:** Internal Audit, World Food Programme, International Charities

**Jel Classification:** F35, I31, M42

## DÜNYA GIDA PROGRAMI (WFP) TARAFINDAN YAYINLANAN İÇ DENETİM RAPORLARINA DAİR BİR İÇERİK ANALİZİ

### Öz

Uluslararası yardım kuruluşları, dünyadaki yoksulluğu azaltmak ve küresel ekonomik büyümeyi desteklemek için yardım kampanyaları düzenlemektedir. Bu kuruluşlardan biri olan Dünya Gıda Programı (WFP), dünyadaki açlık tehdidini sona erdirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın amacı, önde gelen bir uluslararası yardım kuruluşu olan WFP'nin odaklandığı yardıma muhtaç ülkeleri ve yardım türlerini içeren iç denetim raporlarını içerik analizi yöntemi ile incelemektir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, 2022 yılında WFP tarafından iç denetim yapılan ülkeler arasında risk sayısı en fazla olan ülke 10 risk ile Mozambik, risk sayısı en az olan ülke ise 4 risk ile Ürdün olmuştur. Çalışmanın bir diğer sonucu da, Haiti'nin yüksek riskli gözlemlerin en fazla görüldüğü ülke olduğunun tespitidir. Bunun dışında Guatemala, İran, Güney Sudan, Afganistan ve Moritanya'da gerçekleştirilen denetimlerde yüksek risk saptanmazken, diğer ülkelerde en az bir yüksek risk tespit edilmesi dikkat çekici bir diğer sonuçtur.

**Anahtar Kelimeler:** İç Denetim, Dünya Gıda Programı, Uluslararası Yardım Kuruluşları

**Jel Sınıflaması:** F35, I31, M42

---

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Beykoz Üniversitesi, [sezinaciktasar@beykoz.edu.tr](mailto:sezinaciktasar@beykoz.edu.tr), ORCID: 0000-0002-0406-7734

## 1. Introduction

Global threats affecting the whole world continue to create uncertainty. While the Covid-19 epidemic, which entered our lives in 2020, continues to produce new variants, the Ukraine-Russia war, climate and ecological disasters and finally the Kahramanmaraş earthquake disaster that deeply affected Turkey and Syria can be counted as the leading threats. While these uncertainties were disrupting people's lives in unprecedented ways, the concept of a "new normal" that can adapt to these threats is now taking shape. In other words, adaptation to the "new normal", which would be created by learning to live with the aforementioned threats, can be possible with individual and institutional efforts.

Aid organizations play an important role against these threats. As a matter of fact, at the international level, the concern of poverty combined with the dynamics of international power and organization has led to foreign aid (Lumsdaine, 1993:120). Many organizations are working on hunger, which is seen as an ongoing risk from the past to the present. World Food Programme, one of the main international aid organizations, organizes aid campaigns in various countries of the world in order to prevent food shortages in the world. With the help of these organizations, approaches have begun to be sought that can try to address the causes of food insecurity in a way that makes them more resilient, sustainable and equitable by using and integrating the collective power of civil society and their governments (Elkharuf et al., 2021: 1193).

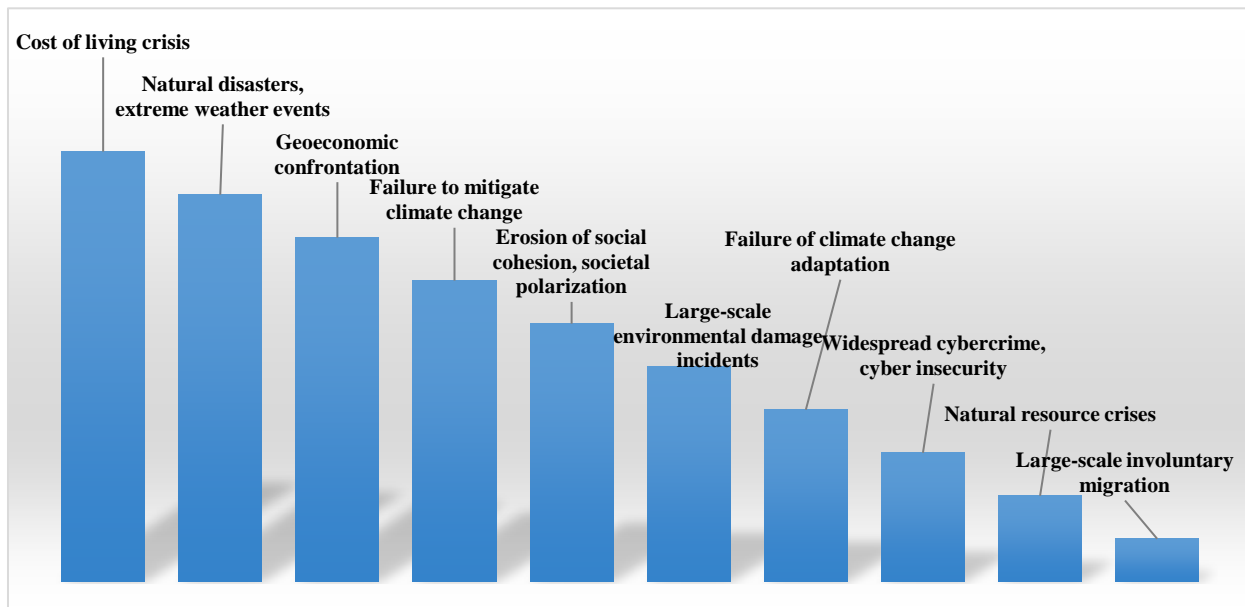
According to the WFP Annual Report 2021, the starkest end of the economic distress spectrum is sheer hunger. Across 43 countries in 2021, 45 million people faced the very real prospect of famine, whilst the pandemic simultaneously drove 283 million people into acute food insecurity, almost double that of pre-pandemic levels. The World Food Programme increased specialized nutrition treatment by 40 percent from 2020 to 2021 to alleviate pandemic malnutrition with the vital assistance to nearly 68 million women and girls and more than 60 million men and boys in greatest need (WFP Annual Review, 2021).

This study was carried out in order to examine the internal audit reports containing the internal audit studies organized by the World Food Program (WFP), one of the world's largest humanitarian organizations, in 2022 to countries in need. In the study, the mentioned audit reports were examined by content analysis method.

It was expected that this study would contribute to the literature within the scope of measures to be taken for raising awareness of societies and within the scope of examining the work of a charity that carries out internal audit processes.

## 2. Global Risks Threaten the World

With the year 2023, the world has faced new risks besides the existing ones. Current risks such as inflation, cost of living crises, trade wars, capital outflows from emerging markets, widespread social unrest, geopolitical conflict and the specter of nuclear war, new risks such as unsustainable debt levels, a new era of low growth, low global investment and deglobalization, decline in human numbers are also considered as risks threatening the world. Figure 1 has shown short term global risks ranking that is threatened the world (Global Risks Report, 2023:6).



**Figure 1.** Global Risks Ranking

**Source:** Global Risks Report (2023:7)

According to the results of Figure 1, it was seen that cost of living crisis was ranked as the most remarkable threats in the short term (in 2 years). According to the report, even before the COVID-19 pandemic, the prices of basic needs such as food and shelter were on the rise. The increase in costs was made even more pronounced in 2022 by cuts to energy and food flows from Russia and Ukraine. In 2022, nearly 30 countries imposed restrictions, including export bans on food and energy, to lower local prices, further fueling global inflation (Global Risks

Report, 2023:15). Food supply and access to food is one of the historical problems (Foucault, 2007).

The second highest threat was determined as natural disasters and weather events. When combined with natural disasters such as the 2023 Kahramanmaraş earthquake, which caused the most devastating damage of recent times in Turkey, and the current cost of living, the dimensions of the crisis deepen. Natural disasters, especially in import-dependent countries, can turn into a scenario of hunger and distress.

Geoeconomic conflict, which was in the third place in the figure, is a risk that occurs as a result of the evaluation of international threats on the axis of economy and geography. As a word meaning, geoeconomics is defined as the strategic use of a region or country within the international economic and political relations, taking into account the technological elements of its geography and economy (İnan, 2011:90). Therefore, according to the Figure 1, geoeconomic conflict, including sanctions, trade wars and investment screening, was recognized as one of the top threats among the countries participating in the study.

When the other issues in the figure are examined, it can be seen that the threats caused by the shortcomings in adaptation to climate change, natural disasters that cause environmental damage, lack of social harmony and social polarization that lead to a decrease in social stability, economic productivity and individual and collective well-being, cybercrime that increases with the spread of technology and large-scale involuntary migration caused by war, earthquake were the factors that pose risks to the world.

### **3. World Food Programme (WFP)**

World Food Programme (WFP), is one of the world's leading charities, acting with the goal of providing food aid to help save lives in emergencies and build a path to peace, stability and prosperity for people who are survivors of conflict, disasters and the impact of climate change (wfp.org, 2023).

The WFP was established in 1961 as an experimental 3-year multilateral food aid facility, administered jointly by the United Nations (UN) and the Food and Agriculture Organization (FAO) (O'Connor et. al, 2017:7). While the mandate of WFP consisted of development initiatives and emergency aid from its establishment until the 1980s, emergency aid constitutes the majority of WFP aid from the 1980s to the present (Ross, 2007). WFP's priorities were listed as follows (WFP Strategic Plan, 2022):

- WFP provides communities in need with secure access to help.
- By empowering women, WFP aims to ensure that all people have equal opportunity to access resources and make decisions.
- WFP aims to promote healthy eating and contribute towards eliminating malnutrition.
- WFP seeks to reduce the negative impacts of its activities on the environment, people and communities through environmental and social measures.

In this context, WFP conducts studies on the countries in need of humanitarian aid most in the world and explains these studies in the internal audit reports it publishes. The objective of the audit by WFP was to provide assurance on the effectiveness of governance, risk management and internal control processes relating to WFP operations in selected countries. Such audits contribute to an annual and overall assurance statement to the Executive Director on governance, risk management and internal control (WFP Reports, 2022).

#### **4. Methodology**

##### **4.1. The Aim of the Study**

It was aimed to compare the internal audit reports containing the internal audit studies carried out by WFP to the countries in need in 2022. In the study, the budgeted and actual figures of the food and monetary aid provided in the previous periods of the selected countries were compared and the findings and risks of the current internal audit reports were examined.

##### **4.2. The Method of the Study**

Content analysis method was used in the study, and the contents of all internal audit reports published by WFP in 2022 were examined and compared. Content analysis is the systematic analysis of printed or visual materials in terms of certain categories. The data obtained through content analysis were classified between each other and certain themes, thus revealing the relationships between the data (Yıldırım and Şimşek, 2011:227).

In this context, the countries subject to the study were: Turkey, Iran, Jordan, Guatemala, Zimbabwe, Syria, Kenya, Mauritania, Haiti, Djibouti, Afghanistan, Yemen, Mozambique and South Sudan.

##### **4.3. The Limitation of the Study**

The limitation of the study was that it includes those published in 2022 among the internal audit reports regularly issued by WFP.

#### 4.4. The Findings of the Study

##### 4.4.1. Selected Countries Human Development Index Rankings

In the study, first of all, the human development index results of the selected countries in 2021 were listed. Human Development Index (HDI) is a composite index measuring average achievement in three basic dimensions of human development—a long and healthy life, access to education and a decent standard of living (Human Development Report, 2022). Thus, the HDI is calculated as the geometric mean (equally-weighted) of life expectancy, education, and GNI per capita (Roser, 2014).

According to the Human Development Report published by United Nations Development Programme (UNDP), there were a total of 191 countries for which HDI values were calculated. The country, which has a high HDI value, provides its citizens with decent health care, education and opportunities to earn money, and high living standards. In this context, the three countries with the highest HDI value were identified as Switzerland (0.962), Norway (0.961) and Iceland (0.959).

On the other hand, the countries where internal audit studies have been carried out by WFP were listed in Table 1 as follows:

**Table 1.** Human Development Index Rankings of the Selected Countries

Rank	Country	Value (2021)	Status
48	Turkey	0.838	Very High Human Development
76	Iran	0.774	High Human Development
102	Jordan	0.720	High Human Development
135	Guatemala	0.627	Medium Human Development
146	Zimbabwe	0.593	Medium Human Development
150	Syria	0.577	Medium Human Development
152	Kenya	0.575	Medium Human Development
158	Mauritania	0.556	Medium Human Development
163	Haiti	0.535	Low Human Development
171	Djibouti	0.509	Low Human Development
180	Afghanistan	0.478	Low Human Development
183	Yemen	0.455	Low Human Development
185	Mozambique	0.446	Low Human Development
191	South Sudan	0.385	Low Human Development

Source: hdr.undp.org, 2021

According to the results obtained in Table 1, Turkey can rank 48th with a Very High Human Development HDI value of 0.838, while Iran (0.774) and Jordan (0.72) were in the High Human Development segment with their 76th and 102nd ranks, respectively.

With the HDI values calculated for Guatemala, Zimbabwe, Syria, Kenya, Mauritania, these countries were included in the Medium Human Development category. Whereas Haiti, Djibouti, Afghanistan, Yemen, Mozambique and South Sudan were in the Low Human Development category. In fact, South Sudan has been identified as the country with the lowest HDI value of 191 countries with an HDI value of 0.385.

#### 4.4.2. Location and Population of the Selected Countries

In the study, the location and population information of the selected countries were also given. Table 2 has shown the locations and populations of the countries that WFP focused on internal audit work in 2022.

**Table 2.** Location and Population of the Selected Countries

Country	Location	Population
Turkey	Asia-Europe	84.78 million
Iran	Asia	87.92 million
Jordan	Asia	11.15 million
Guatemala	North America	17.11 million
Zimbabwe	Africa	15.99 million
Syria	Asia	21.32 million
Kenya	Africa	53.01 million
Mauritania	Africa	4.62 million
Haiti	North America	11.45 million
Djibouti	Africa	1.11 million
Afghanistan	Asia	40.1 million
Yemen	Asia	32.98 million
Mozambique	Africa	32.08 million
South Sudan	Africa	10.75 million

Source: worldbank.org, 2021

According to Table 2, it has been determined that, in 2022, of the 14 countries in which internal audit studies were carried out and in need of assistance, 6 were located in the African continent, 5 in the Asian continent, 2 in the North American continent and one in the European and Asian continent.

Besides, in the internal audit studies conducted by WFP for food and cash-based aid activities, Iran (87.92 million) and Turkey (84.78 million) were the most populated countries, while Djibouti (1.11 million) and Mauritania (4.62 million) had the lowest populations (worldbank.org, 2021).



#### 4.4.3. 2021 Actual and Budget Results on Food and Cash Based Transfer Aids

The actual results of the aid given to the selected countries with the budgeted amounts in previous year internal audit works also were investigated in the study. With respect to this concern, Table 3 was formed due to the results of 2021 actual and budget results comparison on food and cash based transfer aids.

**Table 3.** Food and Cash Based Transfer Aid Actual and Budget Results of 2021

Country	Total Cash-Based Transferred (USD)			Total Food (mt)		
	Actual	Budget	%	Actual	Budget	%
Afghanistan	43,805,423	68,640,046	64%	277,478	357,993	78%
Djibouti	3,983,916	4,150,188	96%	4,870	7,211	68%
Guatemala	13,294,262	6,946,700	191%	572	1,861	31%
Haiti	34,877,666	58,442,405	60%	14,270	28,006	51%
Iran	1,381,706	1,449,900	95%	4,389	4,123	106%
Jordan	174,656,874	208,037,939	84%	1,573	1,887	83%
Kenya	40,571,236	86,646,600	47%	61,698	89,483	69%
Mauritania	11,049,230	13,134,642	84%	6,444	8,228	78%
Mozambique	31,213,568	53,780,117	58%	56,960	110,644	51%
South Sudan	44,429,046	76,906,182	58%	278,907	370,209	75%
Syria	34,860,041	212,880,000	16%	541,325	974,219	56%
Turkey	8,951,746	17,248,365	52%	58,368	93,125	63%
Yemen	172,941,551	454,468,834	38%	1,150,849	989,290	116%
Zimbabwe	44,467,148	63,054,331	71%	86,462	200,720	43%

Source: Author formed from wfp.org

According to Table 3, although the highest cash based transfers were made to Jordan with 174 million USD and Yemen with 172 million USD in 2021, 84% and 38% of the cash based transfer figures budgeted for these countries were realized, respectively. On the other hand, while the budgeted figures for 2021 were 96% for Djibouti and 95% for Iran, cash based transfer budgeted as 6.9 million USD for Guatemala was realized at 191% and reached 13.2 million USD.

When the food aids made in 2021 were analyzed, Yemen was the country that received the most aid with 1151 metric tons, with the budgeted figure realizing 116%. In addition, South Sudan was the other top food aid recipients with 279 metric tons and Afghanistan 277 metric tons, with 75% and 78% of the budgeted figures, respectively.

#### 4.4.4. Internal Audit Report Results

The aid that WFP provides in different parts of the world is regularly audited. Internal audits carried out by the Office of the Inspector General (OIG) are an independent, objective assurance

activity designed to help WFP achieve its objectives and improve the effectiveness of governance, risk management and control processes (wfp.org).

In the study, the countries whose internal audit reports were published in 2022 were listed as follows in Table 4 and this numbering was taken into account in the following tables. The total number of observations determined by WFP in these countries was also expressed in the same table.

**Table 4.** The Countries with Internal Audit Reports Published by WFP in 2022

Country	No	Total Observation
Afghanistan	1	7
Djibouti	2	6
Guatemala	3	5
Haiti	4	8
Iran	5	6
Jordan	6	4
Kenya	7	5
Mauritania	8	7
Mozambique	9	10
South Sudan	10	6
Syria	11	7
Turkey	12	5
Yemen	13	5
Zimbabwe	14	6

**Source:** Author formed from wfp.org

When the results obtained in Table 4 were interpreted, it has been determined that the country with the most observations by WFP was Mozambique (10) and the country with the least observation was Jordan (4).

The internal audit results of the selected countries in need were shown in Table 5-10 below. In addition, the letter M in the tables was the abbreviation of "Medium" and the letters H are the abbreviations of the words "High".

**Table 5.** Beneficiary Management Results of Internal Audit Reports in 2022

Observation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Beneficiary identification and data management	M	H		H	M			M	H	M	M			M
Targeting and prioritization of affected populations									M					

Accountability to affected populations.									M	H						
Data privacy, protection and integrity		M														
Vulnerability assessment and data management								H								
Beneficiary management for livelihoods and camp activities														M		
Biometric registration of beneficiaries															H	
Updates to accountability mechanism															M	
Digitalization strategy									M							

Source: Author formed from wfp.org

People who receive benefits from WFP were called beneficiaries. In Table 5, there were observations about beneficiary management, which was one of the areas that WFP provides the most help as a category. Accordingly, beneficiary identification and management was at the forefront of risky observations in the majority of assisted countries. High-risk countries in this regard were Djibouti, Haiti and Mozambique. Other high-risk observations were accountability affected populations in Mozambique, vulnerability assessment and data management in Kenya, and biometric registration of beneficiaries in Yemen. Countries with no risk identified in this category were Guatemala and Jordan.

**Table 6.** Cash Based Transfers Results of Internal Audit Reports in 2022

Observation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Cash-based transfer governance and strategy		M	M	H			M		M			M		M
Management of payment instruments														H
Cash-based transfer reconciliations									M					
Contracting and performance of financial service provider					M									
Retail management for cash-based transfers											M			
CBT governance and contracting						M								
Commodity vouchers through traders' network														M

Source: Author formed from wfp.org

In Table 6, there were observations about cash based transfers, which was one of the categories that WFP helps. Under the title of "Cash-based transfer governance and strategy", risks were identified in most countries.

The country with the highest risk in this heading was Haiti. Also, a high risk was identified in Zimbabwe under the heading "management of payment instruments". On the other hand, risk-free countries in the cash based transfers category were Afghanistan, Mauritania and South Sudan.

**Table 7.** Cross-cutting Results of Internal Audit Reports in 2022

Observation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Rules of engagement with the host Government					M									
Delegation of authority											M			
Country strategic plan and structure		H										H		
Risk and fraud risk management		M						M						
Implementing the country strategic plan							M							
Staff capacity				H										
Management oversight follow-up and resolution				H						M				
Management of service provision activities			M											

Source: Author formed from wfp.org

Cross-cutting priorities was stated as protection and accountability to affected populations, gender equality and women's empowerment, nutrition integration and environmental sustainability (WFP Executive Board Update, 2022). In Table 7, there were observations about cross-cutting, one of the categories that WFP helped. The areas and countries identified as high risk in the "Cross-cutting" category were as follows: Country strategic plan and structure in Djibouti and Turkey, staff capacity and management oversight follow-up and resolution in Haiti. Countries where no risk has been identified in the cross-cutting category were Afghanistan, Jordan, Mozambique, Yemen and Zimbabwe.

**Table 8.** Finance Results of Internal Audit Reports in 2022

Observation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Treasury, receivables, and advances									M					
Resource management					M									
Vendor balance confirmations not completed	M													
Recognition of expenses				M										

Source: Author formed from wfp.org

In Table 8, there were observations about finance, which was one of the categories that WFP helps. High risk had not been determined in this category, and medium risk countries were Afghanistan, Haiti, Iran and Mozambique.

**Table 9.** Supply Chain Results of Internal Audit Reports in 2022

Observation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Management and contracting of transporters									M					
Procurement and retailer monitoring									H					
Vendor management process					M									
Absence of Procurement Contracts Committee meetings	M													
Goods and services vendor market assessments not carried out	M													
Logistics capacity and market assessments	M													
Fleet management– retention of aged trucks	M													
Supply chain risk assessments		M						M						
Procurement, storage and distribution of non-food items						M								
Warehouse assessments and corridor costs								M						
Food safety and quality				H										
Transport				H				M						
Warehouse risk management										M				
Logistics operations and vendor concentration														H
Procedures to support service provision activities			M											

Source: Author formed from wfp.org

In Table 9, there were observations about the supply chain, which was one of the categories that WFP helps and had more observations with respect to other categories. The country with the highest risk in this category was Haiti. Accordingly, high risks have been identified in the areas of food safety and quality and transport in Haiti. In addition, high risks were identified in the areas of procurement and retailer monitoring in Mozambique and logistics operations and vendor concentration in Yemen. In addition, no risks were identified in the "supply chain" category in Syria, Turkey and Zimbabwe.

**Table 10.** Other Results of Internal Audit Reports in 2022

Observation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Supply chain assessments and contracting														M
Monitoring and reporting on program activities	M		M		M			M	M		M	M	M	M
IT equipment management														M
Human resource management									H					
Supply chain optimization related to commodity sourcing											H			
Commodity management											M			
Management of cooperating partners						M					M			
Monitoring structure, commodity price monitoring and other activities						M								
Non-governmental organization management								M		M				
Humanitarian access management										M				
Conflict sensitivity performance indicators										M				
Implementation plan and funds monitoring												H		
Direct allocation to a private partner			M											

Source: Author formed from wfp.org

In Table 10, the categories of Logistics, Monitoring, Human Resources, Management of Cooperating Partners, Humanitarian Access, Budget Management that WFP assisted were classified as other. It was observed that the area defined as medium risk in most countries under the "Other" category was "monitoring and reporting on program activities". On the other hand, high risk areas were identified as human resource management in Mozambique, supply chain optimization related to commodity sourcing in Syria, and implementation plan and funds monitoring in Turkey. The countries with no risk identified in the "Other" category were Djibouti, Haiti and Kenya.

In summary, when all WFP Internal Audit reports published in 2022 were analyzed by country, the country with the highest risk was Mozambique with 10 risks. 4 of these risks were in the scope of high risk. On the other hand, one of the countries with a high risk number was Haiti with 8 risks, and 6 of these risks were within the scope of high risk. The least number of risks is Jordan with 4 risks, and all risks of the country were in the scope of medium risk.

Apart from this, another remarkable result was that no high risk has been determined in Guatemala, Iran, South Sudan, Afghanistan and Mauritania, while there was at least one high risk in other countries.

## 5. Conclusion

International aid is an aid network that helps promote long-term prosperity and establish or strengthen political institutions and is used to tackle a variety of global problems such as disease, terrorism, hunger (Filipenco, 2022). Dealing with one of the global problems, food scarcity, has long been a concern for international aid organizations. Various initiatives to secure food production, distribution and consumption have increased efforts to prevent humanitarian food crises, prevent food emergencies, and manage food emergencies (O'Connor, 2017:15).

The World Food Program (WFP), which is one of the leading international aid organizations in the field of food insufficiency, has determined as its mission to solve the food insufficiency and safety problems of the countries in need by providing supports such as food and cash. With the support programs they offer, WFP plays an important role in determining the characteristics and contextual factors of the programs they organize and the effects of food and cash transfers (Ahmed et al., 2007).

In this study, the internal audit reports prepared by WFP for the countries in need around the world in 2022 were analyzed using the content analysis method. The aim of the study was to analyze the internal audit studies carried out by a leading charity such as WFP by country. For this purpose, internal audit reports containing internal audit studies carried out in 14 countries were examined in this study. Countries included in the study were Turkey, Iran, Jordan, Guatemala, Zimbabwe, Syria, Kenya, Mauritania, Haiti, Djibouti, Afghanistan, Yemen, Mozambique and South Sudan.

According to the 2021 results of the Human Development Index (HDI), 6 of the 14 countries that were the subject of the study were in the "Low Human Development" category, 5 were in the "Medium Human Development" category, 2 were in the "High Human Development" category and 1 was in the "Very High Human Development" category. Countries with a high HDI offer decent health care, education and money-making opportunities, and high living standards to their citizens, and it has been observed that only three of the countries in the study have high HDI values.

In the internal audit studies conducted by WFP for food and cash-based aid activities, Iran (87.92 million) and Turkey (84.78 million) were the most populated countries and located in Asia and Asia-Europe, respectively. On the other hand, Djibouti (1.11 million) and Mauritania (4.62 million) had the lowest populations and both located in Africa (worldbank.org, 2021).

When WFP's cash-based transfer and for 2021 were examined, although the highest cash based transfers were made to Jordan with 174 million USD and Yemen with 172 million USD in 2021, 84% and 38% of the cash based transfer figures budgeted for these countries were realized, respectively. On the other hand, while the budgeted figures for 2021 were 96% for Djibouti and 95% for Iran, cash based transfer budgeted as 6.9 million USD for Guatemala was realized at 191% and reached 13.2 million USD. For food transfer results by WFP in 2021, it was realized that Yemen was the country that received the most aid with 1151 metric tons, with the budgeted figure realizing 116%. In addition, South Sudan was the other top food aid recipients with 279 metric tons and Afghanistan 277 metric tons, with 75% and 78% of the budgeted figures, respectively.

According to the results obtained by examining WFP's internal audit reports for the year 2022, the country with the highest risk was Mozambique with 10 risks. 4 of these risks were in the scope of high risk. On the other hand, one of the countries with a high risk number was Haiti with 8 risks, and 6 of these risks were within the scope of high risk. The least number of risks is Jordan with 4 risks, and all risks of the country were in the scope of medium risk. Apart from this, another remarkable result was that no high risk has been determined in Guatemala, Iran, South Sudan, Afghanistan and Mauritania, while there was at least one high risk in other countries. Another result obtained in the study was that the categories in which the highest risk was expressed on the basis of countries are the beneficiary management and supply chain categories.

With the correction of risk-determined observations in the coming years, the food insufficiency problems of these countries could be solved and the welfare level could increase. It is expected that this study will contribute to researchers working on similar research topics in the literature.



## References:

- Ahmed, A.U., Quisumbing, A.R., Hoddinott, J.F., Nasreen, M. & Bryan, E. (2007). Relative efficacy of food and cash transfers: In improving food security and livelihoods of ultra-poor in Bangladesh. International Food Policy Research Institute.
- Elkharouf, O., Cox, K., Schlosberg, D., Mann, A. & Perroni, E. (2021). In the land of the “fair go”: global food policy lessons beyond the charity model. *Local Environment*, 26:10, 1192-1204.
- Filipenco, D. (2022). What is international aid?. <https://www.developmentaid.org/news-stream/post/141735/what-is-international-aid>; Date of Access: 19.03.2023
- Foucault, M. (2007). *Security, Territory, Population*. New York: Picador.
- İnan, Ş. (2011). Dünyada ve Türkiye’de jeoekonomi çalışmaları ve jeoekonomi öğretimi. *Bilgi Strateji*, 3:4, 83-122.
- Lumsdaine, D. H. (1993). *Moral vision in international politics: the foreign aid regime, 1949-1989*. Princeton, N.J. Princeton University Press.
- O’Connor, D., Boyle, P., Ilcan, S. & Oliver, M. (2017). Living with insecurity: Food security, resilience, and the World Food Programme (WFP). *Global Social Policy*, 17:1, 3-20.
- Roser, M. (2014). Human development index (HDI). Our World in Data. <https://ourworldindata.org/human-development-index>; Date of Access: 11.03.2023
- Ross, S. (2007). The World Food Programme: A case of benign US policy?, *Australian Journal of International Affairs*, 61:2, 267-281.
- United Nations Development Programme, (2022). Uncertain times, unsettled lives: Shaping our future in a transforming world. Human development report 2021/2022, [https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021-22pdf\\_1.pdf](https://hdr.undp.org/system/files/documents/global-report-document/hdr2021-22pdf_1.pdf); Date of Access: 11.03.2023
- Worldbank, (2021). World Development Indicators. <https://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/>; Date of Access: 17.03.2023
- World Economic Forum, (2023). Global Risks Report, [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global\\_Risks\\_Report\\_2023.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2023.pdf); Date of Access: 13.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Afghanistan. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000138378/download/?\\_ga=2.245512449.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000138378/download/?_ga=2.245512449.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 04.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Djibouti. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000138712/download/?\\_ga=2.176897312.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000138712/download/?_ga=2.176897312.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 04.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Guatemala. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000145452/download/?\\_ga=2.58075885.638223583.1677004788-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000145452/download/?_ga=2.58075885.638223583.1677004788-1835311384.1676274903); Date of Access: 04.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Haiti. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000142543/download/?\\_ga=2.216103059.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000142543/download/?_ga=2.216103059.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 03.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Iran. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000137500/download/?\\_ga=2.78918033.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000137500/download/?_ga=2.78918033.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 04.03.2023

- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Jordan. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000140005/download/?\\_ga=2.176897312.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000140005/download/?_ga=2.176897312.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 04.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Kenya. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000140830/download/?\\_ga=2.238342277.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000140830/download/?_ga=2.238342277.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 03.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Mauritania. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000145397/download/?\\_ga=2.184171939.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000145397/download/?_ga=2.184171939.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 03.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Mozambique. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000137461/download/?\\_ga=2.140720439.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000137461/download/?_ga=2.140720439.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 04.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in South Sudan. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000142992/download/?\\_ga=2.248143234.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000142992/download/?_ga=2.248143234.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 03.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Syria. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000138039/download/?\\_ga=2.76281360.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000138039/download/?_ga=2.76281360.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 03.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Türkiye. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000143568/download/?\\_ga=2.79354385.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000143568/download/?_ga=2.79354385.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 03.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Yemen. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000144968/download/?\\_ga=2.83500563.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000144968/download/?_ga=2.83500563.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 03.03.2023
- World Food Programme, (2022). Internal Audit of WFP Operations in Zimbabwe. [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000136506/download/?\\_ga=2.140720439.405551705.1677711722-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP-0000136506/download/?_ga=2.140720439.405551705.1677711722-1835311384.1676274903); Date of Access: 03.03.2023
- World Food Programme, (2021). WFP Annual Report, [https://docs.wfp.org/api/documents/WFP0000140424/download/?\\_ga=2.238326407.627391329.1676274903-1835311384.1676274903](https://docs.wfp.org/api/documents/WFP0000140424/download/?_ga=2.238326407.627391329.1676274903-1835311384.1676274903), Date of Access: 13.03.2023
- World Food Programme, (2022). WFP Corporate Results Framework: Executive Board Update. [https://executiveboard.wfp.org/document\\_download/WFP-0000132413](https://executiveboard.wfp.org/document_download/WFP-0000132413); Date of Access: 19.03.2023
- World Food Programme, (2023). Who are we?, <https://www.wfp.org/who-we-are>, Date of Access: 14.03.2023
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara:Seçkin Yayıncılık.

## ANALYSIS OF WORK ACCIDENTS IN MARKET CHAIN ACTIVITIES\*

Tufan ÖZTÜRK<sup>1</sup>

### Abstract

This study aims to identify the factors affecting work accidents in the market chains, present protective recommendations and create a public opinion about work accidents in this sector. The study first included data on 321 work accident victims from 109 different branches of a market chain in Istanbul in 2019, 2020 and 2021, and the study was completed with the data of 290 victims after the necessary data extraction. Statistical Package for the Social Sciences 25 (SPSS) trial version is used for data analysis. Frequency and Cross Tabulation (Chi-Square) Analyses were also used in the study. Frequency analyses provided a better understanding of the data set under study. Chi-Square Analyses were used to investigate the relationships between the variables of task and damaged organs and equipment resulting in injury. According to the analysis results, it is found that the work accident and injury types are affected by the occupation of the employees as well as the used tools and equipment. The results of this study provide recommendations to employers, occupational safety experts, employees, public institutions with audit-control authorities and liabilities in the occupational safety field in the market chains and academicians and researchers studying the occupational safety area to be protected from work accidents and negative consequences.

**Keywords:** Occupational Health and Safety, Work Accident, Statistical Analysis and Practices, Market Chain Activities

**JEL Classification:** J28, J81, Z22

## ZİNCİR MARKET FAALİYETLERİNDE MEYDANA GELEN İŞ KAZALARININ İNCELENMESİ

### Öz

Bu çalışmada zincir marketlerde meydana gelen iş kazalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi, koruyucu tavsiyelerin sunulması ve bu sektördeki iş kazaları hakkında kamuoyu oluşmasına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Araştırmaya İstanbul'daki bir zincir marketin 109 farklı şubesinde 2019, 2020 ve 2021 yıllarında meydana gelmiş iş kazalarından etkilenen 321 kazazede verisi ile başlanmış, gerekli veri ayıklamaları sonunda 290 kazazedeye ait verilerle çalışma tamamlanmıştır. Verilerin analizinde, Statistical Package for the Social Sciences 25 (SPSS)'in deneme sürümünden faydalanılmıştır. Çalışmada Sıklık ve Çapraz Tablolama (Ki-Kare) Analizleri kullanılmıştır. Yapılan Sıklık Analizleri sayesinde, üzerinde çalışılan veri setinin daha iyi anlaşılması sağlanmıştır. Ki-Kare Analizleriyle; görev ve zarar gören organ, görev ve yaralanmaya neden olan araç gereç, zarar gören organ ve yaralanmaya neden olan araç gereç değişkenlerinin birbirleri ile olan ilişkileri sorgulanmıştır. Bu analizlerin sonuçlarına göre; iş kazaları ve yaralanma çeşitlerini; çalışanların mesleklerinin, kullanılan araç ve gereçlerin etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Çalışma sonunda, iş kazaları ve zararlı sonuçlarından korunmak için; işverenlere, iş güvenliği uzmanlarına, çalışanlara, iş güvenliği alanında denetim - kontrol yetkisi ve sorumluluğu bulunan kamu kurumlarına, zincir market ve iş güvenliği alanında araştırma yapan araştırmacılara önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği, İş Kazası, İstatistiksel Analiz ve Uygulamalar, Zincir Market Faaliyetleri

**JEL Sınıflaması:** J28, J81, Z22

\* This study is a revised and extended version of a conference statement presented 8th International Congress on Occupational Health and Safety held in Oct 1-2, 2022 (Öztürk, 2022).

<sup>1</sup> Dr. Faculty Member, İstanbul Esenyurt University, Vocational College, Occupational Health and Safety Programme, [tufanozturk@esenyurt.edu.tr](mailto:tufanozturk@esenyurt.edu.tr), ORCID: 0000-0003-2685-4824

## 1. Introduction

An analysis of the Social Security Institution (SSI) data reveals that the number of people who had work accidents in Turkey is between 359.000 and 430.000, and the number of victims who lost their lives is between 1.147 and 1.633 (SGK, 2023). Work accidents occur predominantly in the metal and construction industries, consecutively while the ones with the fatality rates are primarily seen in the construction, transportation, and mining industries (Taylan, 2008; Yardım et al., 2007). Most academic studies in Occupational Health and Safety notably relate to these sectors. In this context, according to literature, Güllüoğlu and Güllüoğlu (2019) compare the data on the frequency of work accidents in Turkish construction sites with that of European Union countries and make some suggestions to prevent work accidents in Turkey accordingly. Gözüak and Ceylan (2021) studied work accidents in Turkish construction sites and suggested a series of measures. Ayanoğlu and Kurt (2019) designed an accident probability model using the work accident data from 165 workplaces in the metal industry. Dündar, Bilim and Bilim (2018) also analysed work accidents in Turkish mining activities and made some suggestions. Gökçe and Zorluer (2022) performed a fault tree analysis with the data on deaths and injuries resulting from construction work accidents in Turkey and showed that this method could be used in the construction industry. Demir et al. (2021) investigated the relationship between job satisfaction and job safety perception of construction workers and recommended increasing job satisfaction and job safety perception at the end of the study. Öztürk and Heperkan (2021) studied the effects of overall and seasonal factors affecting the severity of construction work accidents and suggested ways to reduce the severity. İlknur and Ürünveren (2021) analysed mining accidents in their study and recommended ways to prevent possible accidents in underground coal mines. Koçali (2022) analysed work accidents in the mining sector in terms of lost working days and gender and suggested ways to reduce these work accidents. The most substantial commonality of these sectors is that they are classified as very dangerous regarding occupational health and safety. The latest statistics show that it is of utmost importance to carry out studies required to ensure the health and safety of employees. Apart from these sectors, work accidents also occur in workplaces classified as less dangerous. However, the literature review indicates that the number of academic studies on work accidents in these sectors is insufficient.

It is ubiquitous to see less dangerous workplaces have dangerous operations in Turkey. Since these workplaces are classified as less dangerous and occupational safety violations are

unnoticed, serious work accidents might occur. A lack of proper health and safety conditions is assumed to be a crucial reason for these work accidents.

In order to ensure and improve occupational health and safety conditions at workplaces in Turkey, the Occupational Health and Safety Law No. 6331 was put into effect in 2012. According to this law, workplaces are divided into three groups: very dangerous, dangerous and less dangerous. Occupational health and safety services are compulsory in very dangerous, dangerous and less dangerous sectors (Official Gazette, 2012). However, Article 6 of this code being put into effect is on hold for the less dangerous workplaces due to amendments at different times. Finally, with code no 7252 dated 23.07.2020, the effective date is postponed again until 31.12.2023 (Official Gazette, 2022). This postponement of Article 6 does not require the employment of occupational safety experts in workplaces with less than 50 employees and less dangerous workplaces, which may lead to a false perception that occupational health and safety practices are not mandatory in less dangerous workplaces with less than 50 employees. Due to this misperception, it is difficult to ensure occupational health and safety conditions in less dangerous workplaces with less than 50 employees. However, this law obliges the provision of health and safety conditions in less dangerous workplaces with less than 50 employees. Although some workplaces have less than 50 employees and are classified as less dangerous, their activities may include dangerous operations.

Market chains are a fine example. Although market chains are classified as less dangerous, their operations include several dangerous activities varying from product supply, storage, and processing to display, sales, and recycling. An analysis of the Statistical Chart on Work Accidents and Occupational Diseases published by Social Security Institution (SSI) reveals that there are 16.397 casualties, including 32 death cases, in similar operations – though there is no clear indication of the market operations. Of all industries, the casualty rate is 4.27%, and the death rate is 2.6% (SGK, 2023). Work accidents from such dangerous operations go unnoticed since the industry is flagged as less dangerous. The literature study does not point to any research solely focusing on work accidents in Turkish market chains. The latest statistics and literature study shows a growing need for studies on work accidents in this sector to form a basis of descriptive analysis and measures.

## **2. Objective**

This study aims to conduct a descriptive analysis of work accidents in market chain operations; contribute to public awareness of work accidents in the market chain industry; determine the

most vulnerable occupational groups to work accidents in the industry; classify tools and devices causing limb injuries based on occupations; to determine measures to be followed and make suggestions to protect the limbs with a high probability of being injured.

### 3. Scope

The study covers the data of 321 work accident victims from a chain supermarket in Istanbul in 2019, 2020 and 2021, with 109 branches and 2800 employees. Data were classified as similar tasks, incidents, tools, and devices during the collection process. 31 work accidents and casualties are considered out of the study scope as they could not be classified in any group or had insufficient information.

### 4. Limitations

As the study subject, the market chain has various operations ranging from storage, department sales, processing, and sales of meat products and greenery and deli products. Figure 1 is designed to describe the processes.

**Figure 1.** Product Flow Chart in Chain Market

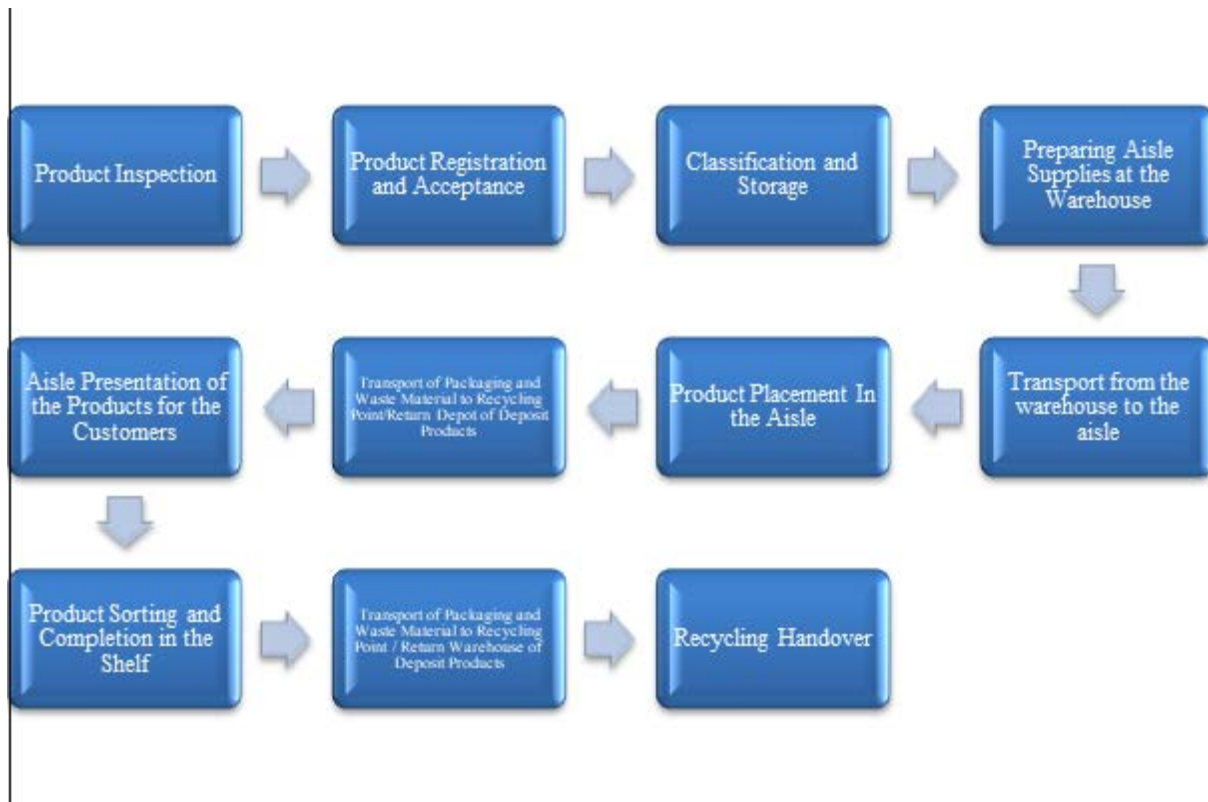


Figure 1 shows the 7-stage process from accepting a product to the warehouse and dispatch. The supplier's product is subjected to a general inspection in the product inspection phase. If the product is shipped from the central warehouse of the chain market, no separate inspection

is performed. The product is received after being counted and registered in the branch inventory in the product registration and acceptance phase. The products are grouped according to their characteristics in the classification and storage phase and transported to the appropriate warehouses. Pallet trucks and manual transport methods are generally used in these transport operations. Products are prepared in the warehouses in line with the needs reported from the departments and transported to the front of the departments through pallet trucks. The packaging of the products is opened, and the products are placed on the shelves. The packaging and waste materials generated at this stage are transported to the warehouse by pallet trucks. The products placed on the shelves are offered to the customer. The missing products on the shelf are completed, and the products that have lost their properties are sorted. At this stage, the resulting packaging and waste materials are transported to the storage area with pallet trucks. The waste materials accumulated in the recycling warehouse are delivered to the contracted recycling company. This study is descriptive research on work accidents that occur only in the steps mentioned above of chain markets. Therefore, one must remember that study results might solely represent the features of work accidents in market chains with similar operations.

## 5. Method

Frequency analysis and cross-tabulation analyses (Chi-Square) were used in the study. Frequency analyses are widely used to understand and summarise the studied data set. Cross-tabulation analysis is a non-parametric method to determine the relationships of categorical data. This method compares the two variables' change states in the subcategories via cross-tabulation (Scheffe, 1947; Sims, 2000; Baradan et al., 2016; Akşehir et al., 2019; Öztürk, 2020). For this comparison, the table in Figure 2 has been initially designed.

**Figure 2.** Observed Sample Table

Observed		Variable (1)		
		Category (1.1)	Category (1.2)	Row Sum
Variable (2)	Category (2.1)	a	b	a+b
	Category (2.1)	c	d	c+d
	Column Total	a+c	b+d	a+b+c+d

**Source:** Sümbüloğlu and Sümbüloğlu, 2017; Öztürk, 2020

The category cells in Figure 2 present the data set's frequency values. By summing these frequency values, row and column, totals of the table are obtained. Based on this table's row and column totals, Figure 3 presents the expectations (Öztürk, 2020).

**Figure 3.** Expected Sample Table

Expected		Variable (1)		
		Category (1.1)	Category (1.2)	Row Sum
Variable (2)	Category (2.1)	$((a+c).(a+b))/(a+b+c+d)$	$((b+d).(a+b))/(a+b+c+d)$	a+b
	Category (2.1)	$((a+c).(c+d))/(a+b+c+d)$	$((b+d).(c+d))/(a+b+c+d)$	c+d
	Column Sum	a+c	b+d	a+b+c+d

**Source:** Sümbüloğlu and Sümbüloğlu, 2017; Öztürk, 2020

While creating the table of expectations in Figure 3, firstly, the row and column totals from the observed table are transferred to this table exactly. Then, each category cell's row totals and column totals are multiplied by each other and divided by the total. With this calculation method, each cell of the expectations table is filled (Öztürk, 2020). After this stage, the Pearson Chi-Square  $\chi^2$  calculation value is obtained through Equation 1 using the data in the observed and expected table (McHugh, 2013; Sümbüloğlu and Sümbüloğlu, 2017).

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(G_i - B_i)^2}{B_i} \quad (1)$$

$G_i$  : Observed Frequency

$B_i$  : Expected Frequency

After obtaining this calculation value, the degrees of freedom (df) are calculated by using the number of rows and columns of categories in the table of expectations through Equation 2.

$$df = (\text{number of rows} - 1). (\text{number of columns} - 1) \quad (2)$$

The Chi-Square ( $\chi^2$ ) table value is obtained by comparing the degrees of freedom obtained in Equation 2 and the acceptable margin of error of the research. Pearson Chi-Square calculation and table values obtained by these calculations are compared. In this comparison, if the calculated value is greater than the table value, it is concluded that there is a statistically significant relationship between the variables. In cases where the calculation value is less than the table value, it is decided that there is no statistically significant relationship between the variables. If a significant relationship is determined between the variables, the strength of this relationship is calculated through Equation 3.

$$\Phi = \sqrt{\frac{\chi^2}{N}} \quad (3)$$

$\chi^2$  : Pearson chi-square value



The Phi ( $\Phi$ ) value obtained with Equation 3 is considered to be weak if the relationship is between 0.00 - 0.10, moderate if the relationship is between 0.11 - 0.30, and strong if the relationship is greater than 0.30 (Healey, 2014; Öztürk, 2020). If the analyses are performed with the help of SPSS, as in this study, the observed and expected tables, Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ ) calculation value, degrees of freedom (df), and  $\Phi$  values can be easily accessed without any other calculation.

## 6. Findings

Table 1 shows the task frequency distribution of the casualties from the data.

**Table 1.** Task Frequency Distribution

Task	Frequency	Percentage (%)
Butchery	126	43,4
Aisle	48	16,6
Storage	42	14,5
Deli	38	13,1
Grocery	36	12,4
Total	290	100

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Table 1 shows the frequency distribution of 290 accident victims based on their duties. According to this frequency distribution, 43,4% of the victims were butcher workers, 16,6% were aisle workers, 14,5% were warehouse workers, 13,1% were deli workers, and 12,4% were greengrocer workers. According to these results, butcher employees have the most frequent work accidents in chain supermarkets, followed by department, warehouse, deli and greengrocer employees in terms of the frequency of work accidents. The frequency distribution of the organ injury in subjects whose data were used in the study is given in Table 2.

**Table 2.** Frequency Distribution of the Organ Injury

Organ Injury in Work Accident	Frequency	Percentage (%)
Finger	152	52,4
Arm	66	22,8
Waist	48	16,6
Foot	24	8,3
Total	290	100

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Table 2 shows the frequency distribution of 290 accident victims according to the type of injured organ. According to this frequency distribution, 52,4% of the injured organs are fingers, 22,8% arms, 16,6% waist and 8,3% feet. According to these results, finger injury is the most

common injury in chain supermarkets. Finger injuries are followed by arm, waist and foot injuries, respectively. Table 3 shows the Frequency Distribution of the Incident, Tool, and Devices resulting in injury.

**Table 3.** The Frequency Distribution of the Incident, Tools, and Devices Resulting in Injury

The Incident, Tool and Devices Resulting in Injury	Frequency	Percentage (%)
Knife and Utility knife	168	57,9
Handling Heavy Load, Dropping Materials or Falling from a Height	60	20,7
Pallet Trucks, Gates, and Doors	48	16,6
Knocker, Cutting Board, Grinder for Meat, Salami and Cheese Cutting Machines, Stretching Machine, Tin Containers for Olives and Cheese	14	4,8
Total	290	100

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Table 3 shows the frequency distribution of the events, tools and equipment that caused injuries to 290 victims. According to this frequency distribution, 57,9% of the incidents, tools and equipment causing injuries were knives and box cutters, 20,7% were heavy load carrying, material fall or fall from height, 16,6% were pallet trucks, gates and doors, 4,8% were meat mallet, meat cutting board, meat grinder, salami and cheese cutting machine, stretching machine, olive and cheese can. According to these results, knives and box cutters are the tools that cause the most injuries in work accidents in chain supermarkets. In terms of the frequency of incidents, tools and equipment causing injuries, knives and box cutters are followed by heavy load carrying, material falling, falling from a height, pallet trucks, gates and doors, meat mallet, meat cutting board, meat grinder, salami and cheese cutting machine, salami and cheese cutting machine, stretching machine, olive and cheese tin. Table 4 shows the analysis results for Chi-Square between the task and the injured organ variables.

**Table 4.** Chi-Square Analysis Chart for Task and Injured Organ Variables

	Value	Degree of Freedom	Significance (p)
Pearson Chi-Square	298,335a	12	0,000
Likelihood Ratio	288,399	12	0,000
Linear-by-Linear Association	0,060	1	0,807
Number of Observations	290		

a. 4 cells (20.0%) have expected values less than 5.

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

An analysis of Table 4 points to a statistically significant correlation between the task and injured organ variables ( $p < 0,05$ ). Table 5 points to the Phi Test result pointing to the correlation degree.

**Table 5.** Phi Analysis Table for Task and Injured Organ Variables

	Value	Significance (p)
Phi	1,014	0,000
Cramer's V	0,586	0,000
Number of Observation	290	

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

When Table 5 is analysed, it is seen that Phi (1,014) value is greater than 0.30, and this relationship is accepted to be at a strong level (Healey, 2014). A cross table has been prepared for the task and injured organ variables to interpret this correlation for the subcategories, as shown in Table 6.

**Table 6.** Cross Table for the Task and Injured Organ Variables

			Butchery	Storage	Grocery	Aisle	Deli	Total
Injured Organ	Arm	Observed Value	36	0	12	18	0	66
		Expected Value	28,7	9,6	8,2	10,9	8,6	66,0
	Foot	Observed Value	0	6	0	18	0	24
		Expected Value	10,4	3,5	3,0	4,0	3,1	24,0
	Waist	Observed Value	6	36	0	6	0	48
		Expected Value	20,9	7,0	6,0	7,9	6,3	48,0
	Finger	Observed Value	84	0	24	6	38	152
		Expected Value	66,0	22,0	18,9	25,2	19,9	152,0
Total	Observed Value	126	42	36	48	38	290	
	Expected Value	126,0	42,0	36,0	48,0	38,0	290,0	

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Table 6 shows that the observed value for the arm is greater than the expected value in cross-table analysis for butchery, grocery, and aisle employees. The observed value for the foot is greater than the expected value in cross-table analysis for storage and aisle employees. The observed value for the waist is greater than the expected value in cross-table analysis for storage employees. Table 7 shows the results of the Chi-Square analysis between tasks and tools, and devices resulting in injury.

**Table 7.** Chi-Square Analysis Table for Task and Tools and Devices Resulting in Injury

	Value	Degree of Freedom	Significance (p)
Pearson Chi-Square	495,855a	12	0,000
Likelihood Ratio	442,265	12	0,000
Linear-by-Linear Association	5,132	1	0,023
Number of Observation	290		
a. 4 cells (20.0%) have expected values less than 5.			

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Table 7 points to a statistically significant correlation between the task and the tools and devices resulting in injuries ( $p < 0,05$ ). Table 8 shows the Phi Test outcome for the correlation degree.

**Table 8.** Phi Analysis Table for the Task and Tools and Devices Resulting in Injury

	Value	Significance (p)
Phi	1,308	0,000
Cramer's V	0,755	0,000
Number of Observation	290	

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Analysis of Table 8 reveals that the value of Phi (1,308) is greater than 0,30, and this relationship is accepted to be at a strong level (Healey, 2014). A cross table has been prepared for the task and tools and devices causing injury to interpret this correlation for the subcategories, as shown in Table 9.

**Table 9.** Cross Table for the Task and Tools and Devices Causing Injury

			Task					Total
			Butchery	Storage	Grocery	Aisle	Deli	
Tools and Devices Resulting in Injury	Handling Heavy Load, Dropping Materials or Falling from a Height	Observed Value	6	42	12	0	0	60
		Expected Value	26,1	8,7	7,4	9,9	7,9	60,0
	Pallet Trucks, Gates, and Doors	Observed Value	0	0	0	48	0	48
		Expected Value	20,9	7,0	6,0	7,9	6,3	48,0
	Knife and Utility knife	Observed Value	108	0	24	0	36	168
		Expected Value	73,0	24,3	20,9	27,8	22,0	168,0
	Knocker, Cutting Board, Grinder for Meat, Salami and Cheese Cutting Machines, Stretching Machine, Tin Containers for Olives and Cheese	Observed Value	12	0	0	0	2	14
		Expected Value	6,1	2,0	1,7	2,3	1,8	14,0
	Total	Observed Value	126	42	36	48	38	290
		Expected Value	126,0	42,0	36,0	48,0	38,0	290,0

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Table 9 reveals that the observed value in cross tables cells for Handling Heavy Loads, Dropping Materials, or Falling from a Height is greater than the expected value for storage and grocery employees. The observed value in cross tables cells for Pallet Trucks, Gates, and Doors is greater than the expected value for aisle employees. The observed value in cross tables cells for Knife and Utility knife is greater than the expected value for butchery, grocery, and deli employees. The observed value in cross tables cells for Knocker, Cutting Board, Grinder for Meat, Salami and Cheese Cutting Machines, Stretching Machine, Tin Containers for Olives and Cheese is greater than the expected value for butchery and deli employees. Table 10 shows the results of the Chi-Square analysis between the injured organ and tools and devices resulting in injury.

**Table 10.** Chi-Square Analysis Table for the Injured Organ and Tools and Devices Resulting in Injury

	Value	Degree of Freedom	Significance (p)
Pearson Chi-Square	279,658a	9	0,000
Likelihood Ratio	279,501	9	0,000
Linear-by-Linear Association	34,713	1	0,000
Number of Observation	290		
a. 5 cells (31,3%) have expected values less than 5.			

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Table 10 points to a statistically significant correlation between the injured organ and the tools and devices resulting in injuries ( $p < 0,05$ ). However, Chi-Square analysis requires a value less than 5 in a maximum of 20% of expected value cells (Sharpe, 2015). This criterion has not been met solely in this part of the analysis. Since it might be considered a limitation, it is possible to suggest a meaningful relationship. Table 11 shows the Phi Test outcome for the correlation degree.

**Table 11.** Phi Analysis Table for the Injured Organ and Tools and Devices Resulting in Injury

	Value	Significance (p)
Phi	0,982	0,000
Cramer's V	0,567	0,000
Number of Observation	290	

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Analysis of Table 11 reveals that the Phi (0.982) value is greater than 0.30, and this relationship is accepted to be at a strong level (Healey, 2014). A cross table has been prepared for the injured organ and tools and devices causing injury to interpret this correlation for the subcategories, as shown in Table 12.

**Table 12.** Cross Table for the Injured Organ and Tools and Devices Causing Injury

			Injured Organ				Total
			Arm	Foot	Waist	Finger	
Tools and Devices Resulting in Injury	Handling Heavy Load, Dropping Materials or Falling from a Height	Observed Value	18	6	36	0	60
		Expected Value	13,7	5,0	9,9	31,4	60,0
	Pallet Trucks, Gates, and Doors	Observed Value	18	18	6	6	48
		Expected Value	10,9	4,0	7,9	25,2	48,0
	Knife and Utility knife	Observed Value	18	0	6	144	168
		Expected Value	38,2	13,9	27,8	88,1	168,0
	Knocker, Cutting Board, Grinder for Meat, Salami and Cheese Cutting Machines, Stretching Machine, Tin Containers for Olives and Cheese	Observed Value	12	0	0	2	14
		Expected Value	3,2	1,2	2,3	7,3	14,0
	Total	Observed Value	66	24	48	152	290
		Expected Value	66,0	24,0	48,0	152,0	290,0

**Source:** The chart is modelled by the author using SPSS.

Table 12 reveals that the observed value in cross tables cells for Handling Heavy Load, Dropping Materials or Falling from a Height is greater than expected value for the injured arm, foot and waist. The observed value in cross tables cells for Pallet Trucks, Gates and Doors is greater than expected value for the injured arm and foot. The observed value in cross tables cells for Knocker, Cutting Board, Grinder for Meat, Salami and Cheese Cutting Machines, Stretching Machine, Tin Containers for Olives and Cheese is greater than expected value for the injured arm.

## 7. Discussion, Conclusion and Suggestions

Although the market chain industry is classified as less dangerous, it includes a series of dangerous operations from supply, storage, and processing to display, sales, and recycling. An analysis of work accidents in market chains unveils that accidents intensify in aisle, butchery, grocery, and deli. Upon analysis of accidents, study findings were compared to work accidents in similar operations from literature, and thus suggestions were put forward.

A cross-table was used to compare the tasks with the market chain employees' injured limbs due to a work accident. Employees predominantly suffer from arm, hand, and finger injuries in butchery (Akman et al., 2018; Çoktu, 2015); muscle and skeleton injuries in storage (Murat, 2016; Gönen et al., 2017; Murat and Yılmaz, 2021); finger injuries in deli, aisle, and grocery (Çoktu, 2015). A cross-table was used to compare the tasks with the tools and devices, resulting in injury in market chains. Injuries mainly occur due to knives in butchery (Biçer, 2016); heavy loads and packages in storage (Murat, 2016; Gönen et al., 2017; Murat and Yılmaz, 2021); knives and utility knives in grocery; pallet trucks and Gates in the aisle (Kurt, 2019); knives,

salami and cheese cutting machines and frequently cheese and olive tins in the deli (Fişek, 2014). A cross-table was used to compare the injured limb and the material causing the injury. Dropping heavy and unstable loads and bumping sharp and hard surfaces damage feet (Murat and Yılmaz, 2021). Carrying heavy and unstable loads also hurts the waist (İlhan et al., 2010; Mordeniz and Sıvacı, 2010; Sedef et al., 2005); using knives and utility knives frequently leads to finger injuries (Dağlı and Serinken, 2012); opening cheese and olive tins also leads to finger cuts (Fişek, 2014). The study results align with the academic research findings on similar activities.

There are some essential and simple measures to take. It is possible to provide employees working in butchery with steel knit gloves, finger guards, and arm guards under safety monitoring; employees in storage with training on ergonomics and handling; employees in grocery with protective gloves to open packages and sort fruits; employees in transport with training on pallet trucks as well as periodical maintenance of pallet trucks; employees in the deli with tools to open cheese and olive tins and training on how to use sharp deli tools; employees in transport with steel-toed shoes under safety monitoring. These measures are assumed to mitigate the accident impact and reduce the number of accidents in market chains. The suggestions above are already required for most industries classified as very dangerous and dangerous, and both employers and employees are expected to follow them. However, during the data collection process, it has been observed that these simple and low-cost measures are not included in administrative principles but submitted to the employees' initiative in market chains. As a result, public institutions in charge of auditing and monitoring occupational safety are advised to improve the quality and quantity of supervision for dangerous or very dangerous tasks in industries not classified as very dangerous. Academicians working on occupational safety are advised to study a larger sample and create mathematical models.

## References

- Akman, Ü., Gül, A., & Özay, M. E. (2018). Bir vaka analizi: Hastanelere hizmet veren taşeron yemek şirketlerinde iş sağlığı ve güvenliği. *OHS ACADEMY*.
- Akşehir, Z. D., Pekel, E., Akleyek, S., Kılıç, E., & Yalçın, O. (2019). İş sağlığı ve güvenliği sektöründe bayes ağları uygulaması. *Türkiye Bilişim Vakfı Bilgisayar Bilimleri ve Mühendisliği Dergisi*, 12(1), 47–59.
- Ayanoğlu, C. C., & Kurt, K. (2019). Metal sektöründe veri madenciliği yöntemleri ile bir iş kazası tahmin modeli önerisi. *Ergonomi*, 2(2), 78–87.
- Baradan, S., Akboğa, Ö., Çetinkaya, U., & Usmen, M. A. (2016). Ege bölgesindeki inşaat iş kazalarının sıklık ve çapraz tablolaştırma analizleri. *Teknik Dergi*, 27(1), 7345–7370.

- Biçer, Ş. (2016). Kırmızı Et Üretiminde Faaliyet Gösteren Bir İşletmede Risk Değerlendirmesi. [Master Thesis]. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü.
- Çoktu, A. K. (2015). Piliç İşleme ve Değerlendirme Tesisinde Risk Değerlendirmesi. [Master Thesis]. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü.
- Dağlı, B., & Serinken, M. (2012). Occupational injuries admitted to the emergency department. *The Journal of Academic Emergency Medicine*, 11.
- Demir, E., Ensari, M., Rüştü, U., & Kayhan, H. (2021). İş doyumunu ile iş güvenliği algısı arasındaki ilişki: İnşaat işçileri örneği. *International Journal of Advances in Engineering and Pure Sciences*, 33(1), 58–63.
- Dündar, S., Bilim, N., & Bilim, A. (2018). Ülkemizdeki maden sektöründe meydana gelen iş kazası ve meslek hastalıklarının analizi. *Bitlis Eren Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 7(2), 423–432.
- Fişek, G. (2014). Çalışma yaşamında sağlık güvenlik. Fişek Enstitüsü Çalışan Çocuklar Bilim ve Eylem Merkezi Vakfı. <https://calismaortami.fisek.org.tr/icerik/mutfaktaki-kotulukler-1/>
- Gökçe, Ş., & Zorluer, İ. (2022). İnşaat sektöründeki iş kazalarının hata ağacı analizi ile değerlendirilmesi. *Teknik Dergi*, 33(6).
- Gönen, D., Atıcı, H., Ali, O., & Demirelli, B. (2017). Depolama alanlarında çalışanların çalışma pozisyonlarının incelenmesi. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 5, 293–299.
- Gözüak, M. H., & Ceylan, H. (2021). Türkiye’de inşaat sektöründe meydana gelen iş kazalarının iş sağlığı ve güvenliği bağlamında analizi: Güncel eğilimlere genel bir bakış. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 8(2), 133–143.
- Güllüoğlu, E. N., & Güllüoğlu, A. N. (2019). Türkiye inşaat sektöründe istihdam ve iş kazalarının analizi. *Karaelmas Journal of Occupational Health and Safety*, 3(2), 65–81.
- Healey, J. (2014). *Statistics: A tool for social research*: Cengage Learning. Cengage Learning.
- İlhan, M. N., Aksakal, F. N., Kaptan, H., Ceyhan, M. N., Durukan, E., İlhan, F., Maral, I., Bölükbaşı, N., & Bumin, M. A. (2010). Birinci basamakta yaşam boyu bel ağrısı sıklığı ve ilişkili sosyal ve mesleki risk etmenleri. *Gazi Medical Journal*, 21(3).
- İlknur, E., & Ürünveren, A. (2021). Yeraltı kömür madenlerinde meydana gelen büyük maden kazaları. *Karaelmas Journal of Occupational Health and Safety*, 5(3), 193–207.
- Koçali, K. (2022). Madencilik sektörü iş kazalarının kayıp iş günü ve cinsiyet risk faktörleri açısından sürveyans analizi. *Scientific Mining Journal*, 61(4), 221–229.
- Kurt, E. (2019). Kuruyemiş fabrikasındaki iş kazalarının incelenmesi. *OHS ACADEMY*, 2(3), 88–118.
- McHugh, M. L. (2013). The chi-square test of independence. *Biochemia Medica*, 23(2), 143–149.
- Mordeniz, C., & Sıvacı, R. (2010). Kronik bel ağrısında medikal tedavi (Derleme). *Kocatepe Tıp Dergisi*, 11(1), 43–55.
- Murat, B. (2016). Depolarda İş Sağlığı ve Güvenliği Tedbirleri [PhD Thesis]. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Murat, B., & Yılmaz, K. (2021). Depolarda iş sağlığı ve güvenliği bakımından risk faktörleri. *International Symposium of Scientific Research and Innovative Studies*, 22, 25.
- Official Gazette, (2022). Dijital mecralar komisyonu kurulması ile bazı kanunlarda değişiklik yapılması hakkında kanun <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/07/20200728-15.htm>
- Official Gazette, (2012). İş sağlığı ve güvenliği kanunu <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/06/20120630-1.htm>



- Öztürk, T. (2020). Giyim eşyası imalat sektöründe meydana gelen iş kazası ve meslek hastalığı ile sonrasındaki iyileşme durumunun cinsiyet bakımından değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(3), 3424–3443.
- Öztürk, T., & Heperkan, H. A. (2021). İnşaat iş kazalarının şiddetini etkileyen faktörlerin mevsimsel farklılıklara göre değerlendirilmesi. *Ergonomi*, 4(2), 72–87.
- Scheffe, H. (1947). The relation of control charts to analysis of variance and chi-square tests. *Journal of the American Statistical Association*, 42(239), 425–431.
- Sedef, O., Kaptan, H., & Büyükpamukçu, M. (2005). Çalışma yaşamında bel ağrısı. *TTB Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 6(22), 45–48.
- SGK. (2023). İş kazası ve meslek hastalıkları yıllık istatistikleri [http://eski.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk\\_istatistik\\_yilliklari](http://eski.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari)
- Sharpe, D. (2015). Chi-square test is statistically significant: Now what? *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 20(1), 8.
- Sims, R. L. (2000). *Bivariate data analysis: A practical guide*. Nova Publishers.
- Sümbüloğlu, K., & Sümbüloğlu, V. (2017). *Biyoistatistik*. Hatiboğlu Yayınları.
- Taylan, M. (2008). Tersanelerde meydana gelen iş kazaları ve iş güvenliği. *Gemi İnşaatı ve Deniz Teknolojisi Teknik Kongresi*.
- Yardım, N., Çipil, Z., Vardar, C., & Mollahaliloğlu, S. (2007). Türkiye iş kazaları ve meslek hastalıkları: 2000-2005 yılları ölüm hızları. *Dicle Tıp Dergisi*, 34(4), 264–271.

## YEŞİL LOJİSTİĞİN E- İHRACATTAKİ YERİ VE ÖNEMİ

Mehmet YEŞİLYAPRAK<sup>1</sup>

### Öz

Bu çalışma içerisinde yeşil lojistik ve e-ihracat ile ilgili kapsamlı bir literatür çalışması yer almaktadır. Teknolojinin gelişmesi ve buna bağlı olarak dijitalleşme çağının önem kazanması ile ticaret anlayışı önce e-ticarete daha sonrasında ise genişleyerek e-ihracata doğru ilerlemektedir. Dolayısıyla artan lojistik iş hacminin çevremize zarar vermesini engellemek için yeşil lojistik kavramının önemi vurgulanmıştır. Küreselleşen Dünya’da insanların ihtiyaçlarını farklı sebeplerden dolayı sınır ötesi ticareti ile karşılaması çok ciddi bir lojistik altyapısını ve büyük bir lojistik ağının oluşturulması gerekliliğini zorunlu kılmıştır. Dijitalleşen Dünya’da ülkelerin ihracat hedeflerini e-ihracatlarını arttırarak geliştirebilecekleri görüşü yaygınlaşmaktadır. Teknolojinin getirdiği bu faydanın yanı sıra ticaretteki büyüme sonrasında lojistik hacmi büyük oranda artış göstereceği aşikârdır. Bu durumda lojistik faaliyetlerinin büyümesiyle birlikte çevre kirliliğinin artması yeşil lojistik uygulamalarını ön plana çıkarmaktadır. Çalışmada yeşil lojistik alanında çeşitli firmaların yapmış olduğu uygulamalara yer verilmiştir. Ayrıca yayımlanmış resmi verilere ulaşılarak öncelikle yurt dışı ve ardından da Türkiye’nin bazı e- ticaret ve e- ihracat verileri verilmiş ve bazı temel karşılaştırmalar yapılmıştır. Çalışmanın lojistik sektöründe yeşil lojistik alanında farkındalık sağlayacağı beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Lojistik, e-ihracat, Yeşil Lojistik, Karbon Salınımı  
**JEL Sınıflaması:** M10, M19, L2

## THE PLACE AND IMPORTANCE OF GREEN LOGISTICS IN E-COMMERCE

### Abstract

This study includes a comprehensive literature review on green logistics and e-export. With the development of technology and the subsequent digitalization era, the concept of trade has evolved from e-commerce to e-export, expanding further. Therefore, the importance of green logistics has been emphasized to prevent the environmental harm caused by the increasing volume of logistics activities. In a globalized world, meeting people's needs through cross-border trade necessitates the establishment of a significant logistics infrastructure and a vast logistics network. In the digitalized world, the idea that countries can enhance their export goals by increasing e-export is becoming widespread. Along with the benefits brought by technology, it is evident that trade growth will lead to a substantial increase in logistics volume. In this case, the growth of logistics activities brings environmental pollution to the forefront, highlighting the importance of green logistics practices. The study includes various applications carried out by different companies in the field of green logistics. Additionally, by accessing published official data, some e-commerce and e-export figures for foreign countries and Turkey are provided, and some basic comparisons are made. It is expected that this study will raise awareness in the logistics sector, particularly in the field of green logistics.

**Keywords:** Logistics, Green Logistics, e-Export, Carbon Emissions  
**JEL Sınıflaması:** M10, M19, L2

<sup>1</sup> Beykoz Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi İşletme Bölümü, [mehmetyesilyaprak@beykoz.edu.tr](mailto:mehmetyesilyaprak@beykoz.edu.tr), ORCID: 0000-0001-8334-5191

## 1. Giriş

Küreselleşen dünyada artan ticaret hacmi ile aynı paralelde artan bir lojistik ağı da görülmektedir. Sürdürülebilir bir dünya ve çevreye karşı olan sorumluluklarımız için yeşil lojistik gün geçtikçe daha da önem kazanmaktadır.

Ticaretteki yeni gelişmeler ve bu gelişmeleri fırsata çevirmek isteyen girişimciler, online pazar yerleri sayesinde ülke içine yapılan satışı daha da genişletip sınır ötesine taşımayı başarmışlardır. Sınır dışı online ticaret, her geçen yıl yeni pazar yerlerinin kurulumu ve yeni müşteri kitlesi ile daha da büyümektedir.

Bu çalışmada e-ihracat, lojistik ve sürdürülebilirlik konuları üzerinde durulacak ve bu alanlarda literatür taramasına dayalı ve sektörde faaliyet gösteren firmalardan verilen örneklerle, e-ihracat, yeşil lojistik ve bu alanların sürdürülebilirliği konusunda mevcut durumu ortaya koymak ve sektöre yönelik tavsiyelerde bulunmak üzere hazırlanmıştır.

Ayrıca yıllara göre e-ihracatın hacim artışı sonucunda büyüyen lojistik sektörü ele alınmıştır. Lojistik sektörünün büyümesi ile lojistik karbon salınımı ve yeşil lojistiğin neden önemli olduğu açıklanmıştır. Çalışma sonunda ise elde edilen veriler ışığında sonuç bildirilerek öneriler paylaşılmıştır.

## 2. Lojistik, Yeşil Lojistik ve Sürdürülebilirlik

### 2.1. Lojistik

Lojistik, kavramı incelendiğinde son yıllarda ortaya çıkan bir kavram olmadığı insan oğlunun varoluşundan başlayıp bugün dahi uygulanan ve tarihte özellikle savaş stratejilerinde kullanılan bir kavramdır. Geçmişten günümüze yaşanan savaşlar esnasında askeri anlamda lojistik kavramının şekillendiği ve savaş araç ve gereçlerinin taşınması, dağıtımı ve stoklanması ihtiyaçları ile önem arz ettiği böylece bugünkü anlamda lojistiğin oluştuğu görülmektedir. (Tekin, 2013).

### 2.2. Yeşil Lojistik

Yeşil tedarik zinciri yönetimi, kuruluş birimlerinin, süreç tasarımı, ürün geliştirme, operasyon, pazarlama, lojistik, yasal uyum ve atık yönetimi gibi farklı alanlarda çevresel sürdürülebilirliği sağlamak için sorumlulukları olduğunu kabul eder. Bu nedenle, yeşil tedarik zinciri yönetimi, sadece çevresel kaygıları dikkate alan bir yaklaşım değil, aynı zamanda işletme performansını artırmayı ve sürdürülebilir bir gelecek için bir fırsat olarak da görülür (Tatar, 2016).

Tedarik zincirlerinin çoğalmasıyla artan lojistik faaliyetlerinin çevreye verdiği zararlı atıklar,

fosil yakıtların dünyaya bıraktığı karbon salınımı çevreyi kirleten esas sorunlardan biridir. Bu nedenle lojistik araçlarının çevreye duyarlı olarak üretilip kullanılması gerekmektedir. Yeşil lojistik çevresel kaygıların artması sonrasında ortaya çıkan bir görüş ve sistemdir. (Tatar, 2016) Yeşil lojistik çevreye duyarlı olduğu kadar ekonomik açıdan da katkı sağlayacak ve kazançları yükseltecek sistematik lojistik oluşumların sağlanmasıdır (Akandere, 2021).

Yeşil lojistik kapsamında;

- Farklı taşımacılık taşıtları araştırılmalıdır.
- En az atığı sağlayacak maddeler kullanılmalıdır.
- Uzun mesafelerde demiryolu taşımacılığı kullanılmalıdır.
- Yeşil motorlu veya kurşunsuz benzin kullanan araçlar tercih edilmelidir (Yangınlar ve Sarı, 2017).

### **2.3. Sürdürülebilirlik**

Sürdürülebilirlik çevredeki doğal düzenin ve canlıların yaşaması için olağan düzenin bozulmaması ve bu düzenin devam etmesi için yapılan tüm çalışmalara denir. İşletmeler açısından ise işletmenin gelecekteki gereksinim duyduğu tüm doğal olayları koruması ve onları etkileyecek uygulamalarını azaltması için yaptığı sorumluluk alanlarıdır. Son zamanlardaki lojistik çalışmalarının artışı sonucunda bu doğal düzenin korunması için gerekli adımların atılması gerektiği ortaya çıkmaktadır (Mücevher, 2021).

Lojistik sektörü çevresel düzenin tahribatını direk etkileyen faaliyetlerdendir. Dünya genelinde petrolün %60'ını enerjinin ise %25'ini lojistik sektörünün kullandığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik için adım atılması gerektiği kaçınılmaz hale gelmiştir (Mücevher, 2021).

### **2.4. Yeşil Ulaşım**

Ulaşım şehir yaşamının en önemli parçalarındandır. Bu sebeple ulaşım alternatifleri, ulaşım teknolojisi her geçen gün ilerlemektedir. Dolayısıyla yaşanan bu hızlı gelişim ulaşım sorunlarını arttırmaktadır. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde de görülen çarpık ve plansız şehirleşme hem plansız yapılaşmaya hem de altyapı ve ulaşım sorunlarına sebep olmaktadır. Toplu taşımaların yeterli konfor düzeyine ulaşamaması, metro gibi hızlı ulaşım araçları raylı sistemlerin faaliyete geçirilememesi o bölgelerdeki üst gelir gruplarının şahsi araçları ile trafiğe çıkmasına sebep olmakta bu ise cadde ve sokakların taşıtlarla kaplandığı trafik probleminin arttığı şehirlerde hava ve gürültü kirliliğinin artmasıyla insan sağlığı olumsuz

yönde etkilenmektedir. Tüm bunların yanı sıra enerji ve zaman açısından da büyük kayıpların ortaya çıktığı görülmektedir (Toprak, 2006).

Bu olumsuzlukları ortadan kaldırmak için bazı önlemler alınmıştır. Alınan bu önlemler yeşil ulaşım faaliyetleri kapsamında yer almaktadır. Alt yapı çalışmaları, bakım onarım tesisleri, yaya yolları, motorsuz araç yolları, güneş enerjisi platformları bu faaliyetler arasında sayılabilir.

Yeşil ulaşım uygulamalarından birkaçı aşağıdaki gibi sıralanabilir (Gültaş ve Yücel, 2015):

- Toplu taşımaların özendirilmesi,
- Ulaşım faaliyetlerinde çevre dostu elektrikli ve hibrit araçların kullanılması,

### **2.5. Lojistik Karbon Ayak İzi**

Hayatı basitleştiren teknolojik gelişmeler aynı zamanda ileriye dönük tamiri zor durumları da beraberinde getirmektedir. Bu onarılamayan yaraların başında karbon ayak izi gelmektedir. Gelecek için çocuklara ne kadar doğal bir ortam bırakılabileceği düşünülmesi gerekli önemli bir etkidir. Bunu sağlamanın yollarından biri de karbon ayak izimizin ölçülmesi ve yüksek karbon ayak izi bırakan teknolojik gelişmelerin geliştirilerek düşük karbon ayak izi bırakmasının yollarının aranması olacaktır. En basit yöntemiyle bugün düne göre daha az karbon salınımı gerçekleştirmek gelecek için faydalı bir adım olacaktır (Demirci ve Manavgat, 2019).

Karbon salınımının başrol oyuncularından biri küreselleşme sonrasında artan sınır içi ticaret ve sınır ötesi ticaret ile tüm lojistik faaliyetleridir (Şişman, 2005). Çevre sorunlarının gittikçe yükselmesi ve toplumdaki doğayı koruma bilincinin artması karbon ayak izi ve lojistik çalışmalarını da artırmıştır. Bunun en büyük sebebi taşımacılığın karayolundaki karbon ayak izinin 3/4 üne sahip olmasıdır. Bu oran havacılıkta %11, demir yolu taşımacılığında ise %1 ine sahiptir (Turgut ve Budak, 2022).

### **3. Literatür Taraması**

Gültaş ve Yücel çalışmalarında, taşımacılık sektörünün çevresel etkisinin oldukça yüksek olduğunu ve özellikle, bireysel araç kullanımı ve hava taşımacılığı gibi yoğun karbondioksit salınımına neden olan faaliyetlerin etkisi büyük olduğunu vurgulamışlardır. Bu nedenle, toplu taşıma araçlarının kullanımı gibi çevre dostu alternatiflerin teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılması gerektiğini belirtmişlerdir (Gültaş ve Yücel, 2015).

Şişman çalışmasında, modelin sadece bir mermer imalatçısı üzerinde uygulanması, diğer imalat sektörlerindeki uygulama potansiyelini sınırlandırdığını bu sebeple modelin farklı sektörlerde de kullanımı ve farklı endüstriyel faaliyetlerin karbon salınımına etkisinin değerlendirilmesi

gerektiğini, ileriki çalışmalarda farklı sektörlerde diğer gazların da etkisinin ölçülmesi ve ekolojik denge üzerindeki olumsuz etkilerinin hesaplanması gerektiğini ifade etmiştir (Şişman, 2015).

Tatar çalışmasında, yeşil tedarik zinciri yönetimi, tedarik zinciri yönetimi süreçlerinin çevresel etkilerinin azaltılmasına odaklanan bir yaklaşım olduğunu, bu yaklaşımın, tedarik zinciri faaliyetlerinde çevre dostu uygulamaların benimsenmesini ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasını hedeflediğini belirtmiştir (Tatar, 2016).

Demirdöğmez ve diğerleri e-ticaret konulu çalışmalarında, internet üzerinden alışveriş yapmak, fiziksel mağazalarda alışveriş yapmaya göre birçok avantaja sahip olduğunu belirtmişlerdir. İnternet üzerinden alışveriş yapmak, tüketicilerin zaman ve mekân kısıtlamaları olmadan, istedikleri ürünleri kolayca bulup satın alınabildiğini, bununla birlikte internet üzerinden yapılan alışverişlerde ürün fiyatlarının daha düşük olmasının da bir avantaj olduğunu vurgulamıştır (Demirdöğmez vd., 2018).

Korucuk çalışmasında, yeşil lojistik uygulamalarının ek maliyet getirdiği fikrinin yanlış bir algı olduğunu belirtmiştir. Doğru bir şekilde yapıldığında, yeşil lojistik uygulamalarının maliyetleri azalttığı, verimliliği artırdığı ve müşteri memnuniyetini artırdığı birçok çalışmada ispatlandığını ifade etmiştir. Yeşil lojistik uygulamalarının önemi ve faydaları hakkında farkındalık yaratmanın yöneticilerin bu uygulamalara daha fazla önem vermelerine ve daha geniş bir çevre için sürdürülebilir uygulamalara teşvik etmelerine yardımcı olabileceğini belirtmiştir (Korucuk, 2018).

Çetin ve Doğan çalışmalarında, çevresel sürdürülebilirliğin öneminin günümüzde giderek artmakta olduğunu ve bu konuda farkındalık oluşturmanın herkesin sorumluluğunda olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla işletmeler, tüketiciler ve kamu kuruluşları bu sorumluluğu paylaşmalı ve çevre dostu uygulamaları hayata geçirmeleri gerekir. Bunun için işletmelerin çevresel maliyetlerin hesaplanması, atık yönetimi, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı gibi çevresel konulara odaklanmalarını, ayrıca işletmelerin çevresel sertifikasyon almasının da çevresel konulardaki başarılarının kanıtı olacağını belirtmişlerdir (Çetin ve Doğan Sain, 2018). Ari çalışmasında, sınır ötesi e-ticaretin gelişmesini engelleyen faktörler arasında gümrük işlemleri, vergilendirme ve ödeme sistemlerindeki farklılıklar, hukuki engeller ve ürün kalitesi gibi konuların da yer aldığını belirtmiştir. Bu sorunların çözümü için devletler, özellikle de ihracat potansiyeli yüksek olan ülkeler, uygun teşvikler ve düzenlemeler yaparak, sınır ötesi e-ticaretin gelişimini destekleyebileceklerini bu sayede hem firmaların rekabet gücünün artacağını hem de ülke ekonomisine katkı sağlanacağını açıklamıştır (Ari, 2019).

Mete Avrupa Birliği üyesi 26 ülke ile Türkiye'nin lojistik performans endeksleri ile sera gazı ve karbondioksit emisyonları arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada, lojistik sektöründe daha yüksek performans gösteren ülkelerin aynı zamanda daha düşük sera gazı ve karbondioksit emisyonlarına sahip olduğunu göstermektedir. Bu ise, lojistik sektöründe verimliliği arttıran uygulamaların sürdürülebilirlik açısından da önemli olduğunu göstermektedir (Mete, 2020).

Akandere çalışmasında, işletmeler dijitalleşme ve yeşil lojistik uygulamaları sayesinde lojistik süreçlerinde verimlilik, sürdürülebilirlik ve maliyet tasarrufu gibi avantajlar elde edebileceklerini belirtmiştir. Hem dijitalleşme hem de yeşil lojistik uygulamaları, işletmelerin müşterilere daha iyi hizmet sunmalarına ve daha yüksek lojistik performans elde etmelerine yardımcı olabileceğini vurgulamıştır (Akandere, 2021).

Mücevher çalışmasında, sürdürülebilir bir anlayışın benimsenmesi, işletmelerin yeşil, tersine ve yalın lojistik stratejilerinin uygulanması açısından kritik bir faktör olduğunu, bu stratejilerin, işletmelerin maliyetleri azaltması, müşteri memnuniyetini artırması ve çevresel etkiyi azaltması açısından önemli olduğunu belirtmiştir (Mücevher, 2021).

Kutlu ve Yalçiner çalışmalarında, yeşil lojistik kentteki çevresel, ekonomik ve sosyal etkiler ile birlikte ele alınması gerektiği ve kent yönetimleri tarafından bütüncül planlama süreçlerine dahil edilmesi gerektiği, bu şekilde, yeşil lojistik uygulamalarının kentteki olumlu etkileri maksimize edebileceğini belirtmişlerdir (Kutlu ve Yalçiner Ercoşkun, 2021).

Bakhtiyorov çalışmasında, e-ticaretin küreselleşen dünyasında çok önemli hale gelmekte olduğunu bu nedenle, çeşitli ekonomik performans olarak dünya pazarındaki devletlerin, uluslararası alanda her geçen gün farklı rakiplerle dolup taşıdığını, önemli ekonomik çıktıların dijitalleşme yoluyla meydana geldiğini belirtmiştir. Çalışmada üretkenliği artırmak için, e-ticaret kullanımının gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde uygulanması hızlandırılması, ayrıca tüm vatandaşlar için internet erişim kalitesi sağlanması gerektiğini ifade etmiştir (Bakhtiyorov, 2022).

Souza ve diğerleri çalışmalarında, yeşil lojistik ile sera gazı emisyonlarının azaltılmasının sağlanmasını amaçlamışlardır. Ayrıca çalışmada lojistiğin neden olduğu yeni çevresel etkiler, patika yolların uygulanması, tedarik zincirindeki çevresel yönergeler gözlenmiştir. Çıktı olarak sektörün yeşil prensiplere uygunluğunun ölçme ve kontrol etme ile mümkün olacağı tespit edilmiştir (Souza vd., 2022).

Fahim ve diğerleri çalışmalarında, scopus veri tabanından alınan 2.385 makalede yeşil tedarik zincirine dayalı lojistik eğilimleri araştırılmıştır. Çıkan sonuca göre giderek artan çevre dostu olmayan lojistik faaliyetleri dünya genelinde endişe verici boyutlara ulaştığını belirtmişlerdir (Fahim ve Mahadi, 2022).

Peng ve diğerleri çalışmalarında, tedarik zinciri performansına ilişkin farklı karbon düzenleme politikalarını analiz etmişlerdir. Yapılan araştırma sonuçları politikaların yalnızca tedarik zinciri yöneticilerine yardımcı olmadığını, aynı zamanda sürdürülebilir tedarikte nakliye planlaması, ürün perakendeciliği kararlarını vermede de yardımcı olduğunu belirtmişlerdir (Peng vd., 2022).

Karazijene ve diğerleri çalışmalarında, farklı ülkeleri veya bölgeleri analiz etmek için e-ticaret ölçüm modelini kullanmışlar ve belirli bir ülke veya bölgede e-ticaret performansını iyileştirmek için bir eylem planına yer vermişlerdir. Sonuç olarak e-ticaret ölçüm modelinin belirli ülkelerde veya bölgelerde e-ticaret sektörünün özelliklerini belirlemeye yardımcı olacağını belirtilmiştir (Karazijene ve Cernikovaite, 2022). Jinru ve diğerleri çalışmalarında, sürdürülebilirlik için ahlaki sorumluluğun ve yeşil yönetimin uygulanması gerektiğini ifade etmişlerdir (Jinru vd., 2022).

Dolatabad ve diğerleri çalışmalarında, bireysel düzeyde yapılan programlar belirli rekabet avantajları sağlayabileceğini, daha düşük maliyetler, daha yeşil ürünler, çevresel konulara daha iyi uyum sağlayacağını ifade etmişlerdir (Dolatabad vd., 2022).

Barut ve diğerleri çalışmalarında, yeşil lojistiğin çevreyi korumak için yararlı bir araç olduğunu, doğal kaynakları korumak ve yeşil enerjinin bulunması, CO2 ve atığın en aza indirilmesi anlamına geldiğini belirtmişlerdir (Barut vd., 2023).

#### **4. Yeşil Lojistik ve Türkiye Örneği**

Bu bölümde yer alan firmaların örneklem seçimi, Türkiye’de lojistik alanında faaliyette bulunan üçüncü parti (3PL) lojistik firmaları arasından seçilmiştir. İşletmeler üçüncü parti hizmetlerini kullanarak lojistik operasyonlarını optimize edebilir ve kaynaklarını diğer faaliyetlere odaklayabilir. 3PL işletmeleri genellikle büyük bir lojistik ağına ve deneyime sahiptir, bu nedenle lojistik süreçleri daha verimli hale getirebilirler olan büyük işletmelerin sürdürülebilirlik ile ilgili uygulamalarının belirlenmesidir Türkiye’de yeşil lojistik uygulamalarını kullanıp, şirket içi ve şirket dışında yeşil lojistik mantığıyla hareket eden ve üçüncü parti lojistik firmaları arasından seçilen çalışma örnekleri aşağıdaki gibidir (Çetin ve Doğan Sain, 2018).

##### **Ceva Lojistik**

Ceva lojistik, sürdürülebilirlik ve yeşil lojistik hedeflerine tüm çalışanlarını dahil ederek ulaşabileceği, daha iyi bir vatandaş olabilmenin sürdürülebilirlik çabaları ile mümkün olabileceği görüşündedir.

Ceva lojistik yeşil lojistik ile;



- Elektronik faturalandırma ile 7.800 ton kâğıt israfını önlemiştir.
- Euro standartlarına sahip motorlu araçlar kullanmaktadır.
- Karayolu ile yapılan taşımacılığının büyük bir bölümünü denizyolu, demiryolu ve havayolu ile taşımacılığa geçirmiştir.
- Tersine lojistik faaliyetlerini de geliştirerek hem geri dönüşümlü atık geliştirmeye hem de çevreye zararı en aza indirmeyi başarmıştır.
- Enerji kullanımı konusunda doğal kaynakları en verimli kullanma çalışmaları binalarda kullandıkları yeşil uygulamalar sayesinde %30 oranında tasarruf sağlamıştır. (<https://www.cevalogistics.com/about-us/sustainability>) Erişim Tarihi 15. 01 2023.

### **Ekol Lojistik**

Firma yeşil lojistik uygulamalarının merkezinde yer aldığı dile getirmektedir. Bu bağlamda yaptığı çalışmalar aşağıdaki gibidir:

- Firma uygulamaya koyduğu multimodal taşımacılık ile ay bazında 365.000 ağacı kurtarmaktadır.
- Türkiye’de yeşil ofis belgesine sahip olan ilk şirkettir. Bunu atık yönetimini sağlayarak, elektrik tüketimini azaltarak ve kâğıt kullanımını bitiren çalışmalar ile başarmıştır.
- Hurda atıklarını ayrıştırarak geri dönüşüm firmalarına göndermiş ve buradan gelen gelir ile WWF (Doğal Hayatı Koruma Vakfı) Türkiye için sosyal sorumluluk uygulamasına katkı sağlamaktadır. (<http://www.ekol.com/tr/hizmetler/yesil-lojistik/>) Erişim Tarihi 02.01.2023.

### **Gökbora Lojistik**

Gökbora lojistik yaptığı yeşil lojistik uygulamaları ile kendisinin de sürdürülebilir bir yaşama destek verdiğini göstermektedir. Çevreyi korumak için çalışmalara devam etmektedirler.

Yapmış olduğu çalışmalarla;

- Kullandıkları dorselerini Ro-Ro taşımacılığında ve demiryolu taşımacılığında kullanılmasına uygun hale getirmiş ve karayolu taşımacılığını azaltmıştır.
- İdari personellerin tam elektrikli araç kullanmasını sağlamış. Bu sayede çevreye gönderilen karbon salınımını bir adım daha azaltmıştır.
- Tüm karayolu araçlarını yakıt tüketimi daha düşük olan Euro motora sahip taşıtlar ile değiştirmiştir.
- Yemekhanede biriken besin atıklarını toplayıp derneklerle hayvanlara ulaştırılmasını sağlayarak sokak hayvanlarına yardım etmiştir.
- Yağmur sularının uygun filtreler ile toplanıp çalışanlarının kullanmasını sağlamıştır.

- Kâğıt kullanımını en aza indirip kullanılan kâğıtların çift taraflı olarak kullanılmasını sağlamış ve bu sayede daha az kâğıt kullanarak daha az ağaç kesilmesine sebep olmuştur. (<https://www.gokbora.com/yesil-lojistik/>) Erişim Tarihi 05.01.2023.

### **Reysaş Lojistik**

Firma karbon salınımını azaltan, çevreye duyarlı enerji tasarrufu sağlayan ve çevre kirliliğini önlemek için çalışmalar yapan bir şirket olarak kendini tanımlamaktadır.

Çalışmaları kapsamında;

- Karayolunda karbon salınımını arttıran en büyük etken taşımacılık olduğunu bildiği için lojistik faaliyetlerinde karbon salınımını en aza indirecek olan doğalgaz kullanımı ile çevreye zararı en aza indirmeyi başarmıştır. Alternatif yakıt olarak kullandıkları doğalgaz ile diğer firmalara örnek olmuştur.
- Depo ve ofislerin çatılarına kurdukları güneş panelleri ile karbon salınımını binalarda da en aza indirmiş ve enerjinin tasarrufunu sağlamıştır.
- Karayolu taşımacılığını önemli ölçüde azaltıp yeni plan ve rotalar yaparak demiryolu taşımacılığı ile lojistik faaliyetlerini devam ettirmiştir.
- Çatılara kurduğu yağmur suyu depolama sistemi sayesinde kurak günlerde zeytinliklere ve bahçelere sulama yapmışlardır.
- Kullandığı malzemeleri mümkün olduğunca geri dönüşebilir malzemelerden tercih etmektedir. (<http://www.reysas.com/haberler>) Erişim Tarihi 20.01.2023.

### **Schanker Lojistik**

Firma karbon salınımını azaltma ile ilgili çalışmalar yapmıştır. Bu sayede aşağıdaki gelişmeler kaydedilmiştir.

- Karayolu taşımacılığında kullanılan araçların doğalgaz kullanmasını sağlayıp %25 oranında bir karbon emisyon oranının düşürülmesini başarmıştır.
- Taşımacılık faaliyetlerinde mümkün olduğunca demiryolu taşımacılığını kullanıp karbon salınımını azaltmayı başarmışlardır.
- Multimodal taşımacılık sistemini yoğun kullanmak isteyen firma blok tren sistemi ile karayolu taşımacılığının büyük bir bölümünü demiryolu taşımacılığına taşımıştır. (<http://www.sertrans.com.tr/Yesil-Lojistik-C33-P6-D42.html>) Erişim Tarihi 20.12.2022.

### **Sertrans Lojistik**

Firma yeşil lojistik ve sürdürülebilirlik adına birçok faaliyette bulunmaktadır. Çevrenin korunması konusunda maksimum katkıyı sağlayacak fikirleri benimsemiş ve hayata

geçirmiştir. Lojistik konularındaki yeşil uygulamaların yanında bir de yeşil ofis, yeşil bina konularında da çalışmalar yapmıştır. Firmanın yaptığı uygulamaları aşağıdaki şekildedir.

- Sertrans Lojistik karbon salınımı yüksek olan araçlardan ziyade karbon salınımı daha az olan araçlara öncelik vermiştir. Bu minvalde Ro-Ro araçlarının kullanımını arttırarak karayolu taşımacılığını %38 azaltmış ve 10.000 ağaçlık bir alanın yok olmasını engellemiştir. Ro-Ro veya Roll on Roll bir yükün bir gemi aracılığı deniz yolu ile taşınmasıdır.
- Araçların bakımları sırasında kullanılmış yağ ve diğer atıkları uygun yöntemler ile toplayıp yetkililere teslim etmekte ve içme suyuna, doğaya karışmasını engellemektedir.
- Eski lastiklerin geri dönüşüm projesi ile tekrar kazanılmasını destekleyen LAS-DER' e 12.280 kg lastik vermiştir. Bu sayede lastikler doğada beklememekte çevreye zarar vermemektedir.
- Firma genel merkezinde ve ofislerinde kâğıt kullanımını tamamen durdurmuştur.
- Kâğıt, pil gibi atıkların tekrar kazanılması için geri dönüşüm alanları kurmuştur.
- Firma gün ışığından daha fazla yararlanmak için yılda 2 kez çalışma saatini düzenlemektedir. (<https://www.dbschenkerarkas.com.tr/tr-tr>) Erişim Tarihi 15.01.2023.

## 5. Yeşil Lojistiğin E- İhracattaki Yeri ve Önemi

Lojistik sektörü küresel pazarda sürekli olarak artan bir talep halinde ilerleyerek devam etmektedir. Tespit edilen istatistiksel çalışmalar sonucunda 2023 sonunda lojistik sektörünün büyüklüğünün 12 milyon dolardan fazla olacağı tahmin edilmektedir. Tabii bu ekonomik gelişmenin yanında önlem alınmaz ise lojistik faaliyetlerinin getireceği çevresel atıklar dünyayı kirletecektir. Toksik atıklar, karbon salınımı, endüstriyel atıklar gibi atıkların 2030 yılına kadar minimum %80 oranında artacağı gözlemlenmiştir. Lojistik sektörünün etki ettiği bu çevresel zararları en aza indirmek için yeşil lojistik uygulamaları kaçınılmaz bir gerçektir (Akandere, 2021).

### 5.1 E-İhracat

Geleneksel ticaret artık artan dijital ortam sayesinde ve giderek çoğalan nüfus ihtiyaçlarını karşılamak için küresel bir ticarete dönüşmüştür. Anlık olarak her an her yerde sadece bir internet bağlantısı aracılığı ile yapılan bu ticarete e-ticaret denmektedir (Demirdöğmez vd., 2018).

E-ihracat veya sınır ötesi e-ticaret, işletmelerin ürünlerini ve hizmetlerini yurt dışındaki müşterilere sunma fırsatı sağlar. Ancak, bu süreçte birçok zorluklarla karşılaşılabilir. İşletmeler, uluslararası ticaretin kurallarını ve mevzuatını öğrenmek, gümrük işlemleri, nakliye, ardiye ve

lojistik gibi lojistik zorluklarla başa çıkmak zorundadır.

Ayrıca, ürünlerin uluslararası standartlara uygunluğunu ve müşteri taleplerine uygunluğunu sağlamak için araştırma yapmak ve pazarlama stratejilerini buna göre düzenlemek gerekiyor. Bununla birlikte işletmeler ödeme yöntemleri ve para birimleri konusunda da bilgi sahibi olmalı ve bunları müşterilerine sunabilmelidir. Dahası, teknolojinin gelişmesiyle birlikte, işletmeler artık e-ihracat işlemlerini kolayca yapabilirler. (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı) <https://www.eticaret.gov.tr/cevrimiciegitim/e-ihracat-nedir-76>

Özellikle artan nüfus, dünya ticaretinin kapasitesini arttırmaktadır. Elektronik ticaretin gelişmesi ile ülkeler arası iletişim ve ticaret artmıştır. Buna bağlı olarak tek bir ekonomi ve tek bir pazar yeri kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram ise tüm ülkelerin içerisinde bulunduğu dünyadır (Demirdöğmez vd., 2018).

Kişilerin gerek akıllı telefonlar ile gerek ise farklı mecralardan internete daha kolay ulaşması ticaretin gelişmesine ve buna bağlı olarak da e-ticaretin büyümesini sağlamıştır. E-ticaret online mağazalardan ülke sınırları içerisinde yapılan satış olup e-ihracat ise online mağazalardan sınır ötesi yapılan satış olarak tanımlanabilir (Ari, 2019).

### **5.2 E-İhracatın Lojistik Sektörüne Etkisi**

Şüphesiz ihracat ülkeler için en önemli gelir kaynaklarından ve ekonomik kalkınma yollarından birisidir. Ülkede bulunan her bir vatandaşın gelir düzeyindeki artış ve yaşam kalitesinin iyileşmesi için de pozitif katkı sağlayan bir etkidir. Ülkeler arası yapılan bu ticaretin gelişmesi için ülkedeki üretim düzeyinin ve satın alınacak mal çeşitliliğinin yanı sıra bu malları kullanıcılara ulaştıracak bir lojistik ağı da ciddi derecede önemlidir (Ballı, 2022).

Uluslararası rekabet gücünü etkileyen en önemli etken ulaşım altyapısıdır. Bu altyapıyı coğrafi nedenler, lojistik ağının gücü ve dağıtım alanına yakınlığı, tam tersi olarak ise tedarikçiye yakınlığı gibi birçok faktör etkilemektedir.

Türkiye içinde bulunduğu jeopolitik konumdan dolayı lojistik bakımından büyük bir avantaj içerisindedir. 2019 yılında e- ihracatın toplam ihracat payından aldığı %1,3 lük rakamı bize dijital dönüşümün hızlandırılması gerektiğini göstermektedir.

E-ihracatın yukarı doğru çıkmasıyla birlikte ihracat payı da artacaktır. Türkiye artan ihracat ile bulunduğu coğrafi konumun avantajıyla önemli bir lojistik üssü olacaktır ve rakiplerine göre avantaj sağlayabilecektir.

### **5.3 E-İhracatta Dikkat Edilmesi Gerekenler**

E-ihracatın sürdürülebilirliği adına ev sahibi ülkenin ve hedef ülkelerin ticaret kurallarını ve ticaret mevzuatına vakıf olmak önemlidir.

Bununla birlikte;

- Dijital ve uluslararası dolandırıcılara karşı dikkatli olmalıdır.
- Tutarlı ve öngörülebilir bir lojistik sisteminin müşterilere güvenli ve hızlı teslimat imkânı sağlayacağı muhakkaktır.
- Ayrıca, lojistik sürecinde herhangi bir aksaklık yaşanması durumunda da sorunların hızlıca çözümlenmesine imkân tanır.
- Ev sahibi ülke ve hedef ülkenin e-ticaret kanunlarına vakıf olmak önemlidir.
- Pazarlama stratejilerinde ülkelerin ve bölgelerin farklı kültürler ve tüketici davranışı gösterdiği göz ardı edilmemelidir.
- Web sitesinde online tercüme araçları yerine profesyonel tercümanlar kullanılması hata düzeyini azaltacaktır.
- Ulusal bayramlar, e-ihracatta da önemlidir. Hedef ülkelere ulusal ve dini bayramlarına göre tatil kampanyaları oluşturulmalıdır.

E-ihracatta ön plana çıkması gerekli maddeler aşağıdaki şeklide olmalıdır;

- Hedef ülkenin saat zaman dilimi nedir?
- Lojistik şartları masrafları ne kadardır?
- Yasal mevzuat, İthalat vergisi, iadeler veya garantiler için şartlar nelerdir?

Araştırmalar göstermektedir ki son yıllarda popülaritesi giderek artan e-ihracat, markalara devlet teşvikleri artmaktadır. Konvansiyonel ihracat yönteminize nazaran maliyetleri daha düşük olan e-ihracat, ev sahibi ülkede ekonomik ve diğer dalgalanmalardan daha az etkilenen e-ticaret çeşididir. E-ihracat, Türkiye’de e-ticaretin lokomotif olabilecek kapasiteye sahiptir ve daha da ivme kazanması beklenmektedir. (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı) <https://www.eticaret.gov.tr/cevrimiciegitim/e-ihracat-nedir-76>

## 6. Rakamlarla E-İhracat

Dünya çapında yüz binlerce e-ticaret sitesi faaliyet göstermektedir. Bu sitelerden 2018 yılında dünya genelinde ortalama 1.8 milyar katılımcı online alışveriş gerçekleştirmiştir. E-perakende satışları ise 2,8 trilyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Son yıllarda, online alışverişin dünya çapında hızlı bir şekilde yayılması ve mobil cihazların yaygınlaşması nedeniyle, e-perakende web siteleri ve mobil uygulamaları giderek daha popüler hale gelmiştir. Bu web siteleri, müşterilerin birçok ülkeden geniş ürün yelpazesi arasından seçim yapmasına ve ürünleri kolayca satın almalarına imkân sağlamaktadırlar.

Ayrıca, mobil cihazların kullanımının artması, mobil cihazlarla alışveriş yapmayı tercih eden müşterilerin sayısını artırmıştır. Bu nedenle, e-perakende web siteleri, mobil uyumlu web

tasarımları ve uygulamalar sunarak, müşterilerin daha kolay ve rahat bir alışveriş deneyimi yaşamalarını sağlamaktadır.

E-ihracat da online alışverişin popülerleşmesi ile birlikte büyük bir ivme kazanmıştır. E-perakende web siteleri ve platformları, dünya çapındaki müşterilere ürünlerini sunarak, küresel bir müşteri tabanına ulaşmalarına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, e-ihracat, birçok küçük ve orta ölçekli işletme için yeni pazarlara açılmak ve daha geniş bir müşteri tabanına ulaşmak için önemli bir fırsat sunmaktadır. Geçmişte online alışverişteki veriler bugün e-ticaret ve e-ihracat potansiyeli olan ve bunu uygulamaya geçirmek isteyen şirketlere yol göstermektedir.

Amerika e-ticarette gelişmiş ülkelerin başını çekmektedir. Ekonomik ve siyasi anlamda dünyada lider pozisyonunda olan ABD, nüfus olarak büyük bir hacme sahip olup 2022 yılı itibariye nüfusu 333.2 milyondur. Dünyanın en kalabalık üçüncü ülkesi olan ABD nüfusunun dünya nüfusuna oranı %4.3'e ulaşmıştır. Kalabalık nüfus ile birlikte ABD'deki e-ticaret hacmi son yıllarda aşamalı olarak artış göstermektedir.

Yaşanan bu artışlarla birlikte, e-ticaret, %45 oranında büyümüştür. Söz konusu büyümenin büyük bir çoğunluğu mobil alışverişlerden kaynaklanmaktadır. Dünya çapında en büyük online pazarına sahip olan ABD'nin dev online şirketi Amazon'un satış cirosu, 2018'de %36,5 seviyelerine ulaşmıştır. Aynı yıl şirketin ABD'deki perakende e-ticaret ciroları 235 milyar doları aşmıştır. Bu oranın 2023 yıl sonuna kadar %25'ten fazla artış sağlayarak 307 milyon kullanıcıya ulaşması ayrıca e-ticaret pazarının 970 milyar dolar seviyelerini ulaşması beklenmektedir.

Türkiye'ye de e-ticaret faaliyetinde bulunan işletme sayısı 2021 yılının ilk altı ayında 321.742 adet iken 2022 yılının ilk altı ayında 488.706 adettir. Sipariş sayıları 2.294 milyon adet, yurtiçi harcamalar 308 Milyar TL, Türkiye'nin diğer ülkelerden alımları 24.7 Milyar TL, farklı ülkelerin Türkiye'den alımları 15.8 Milyar TL dir. Yapılan e-ticaret işlemlerinin ödeme yöntemleri ise kartlı işlemler % 65.45 lik pay ile 228.1 Milyar TL, havale/EFT ve diğer ödemeler %32.35 lik pay ile 112.8 Milyar TL, kapıda ödeme ise, %2.20 lik pay ile 7.7 Milyar TL'dir (<https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler> Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı E-Ticaret Bilgi Platformu).

Ayrıca e- ticaret faaliyetinde bulunan bireylerin %52'si kadın %48'i ise erkekten oluşmaktadır. Toplam ziyaretin e-ticarete dönüşüm oranı %2.5'dir. Bununla birlikte platform türüne göre dağılım incelendiğinde ise, Mobil uygulanma %70, Web %24, Web mobil %6 oranında olduğu görülmüştür. (<https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler> Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı E-Ticaret Bilgi Platformu)

## 7. Yeşil Lojistikten Beklenenler

Yeşil lojistikten beklenenler aslında şirketlerin bu görünen tehlikelerin farkına varıp hem oluşabilecek enerji krizleri nedeniyle kendi geleceklelerini düşünmeleri, verimliliği artırıp daha az ekonomik gider ile daha çok karlılık bırakmaları hem de çevresel etkileri azaltıp, dünyamızı tahrip eden çevresel atıkları en aza indirmektir. (Akandere, 2021).

Şirketlerin literatürde yeşil lojistik operasyonlarını 4 aşamada geliştirmeleri gerekmektedir. Bunları aşağıda maddeler halinde kısaca şöyle anlatabiliriz.

- İşletmelerin faaliyetlerini sürdürürken çevrenin korunması için yasal yükümlülüklerini yerine getirmesi,
- Gelişen teknolojinin hızla ilerlemesini takip ederek yeni uygulamaları izleyip hızla benimsemesi,
- Şirket dışı kuruluşlardan destek alıp onlar ile yeşil bir dünya için iş birliği içinde çalışması,
- Şirketin çevre dostu tüm uygulamaları benimseyerek bunu uygulaması ve sürdürülebilirliğin devamı için bunun denetimini yapıp geliştirmesidir (Akandere, 2021).

Yeşil uygulamaları; tersine lojistik, verimli enerji sistemlerinin yapıldığı yeşil binalar, çevreye en az zarar verecek ambalajlama modeli, yeşil uygulamalar ve sürdürülebilirlik farkındalığının artması için personel eğitimi, çevreci enerjilerinin kullanımı (elektrik, güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi vb), dizel ve benzinli motorlu araçlardan ziyade hibrit motorlu araçların artırılması çevresel ölçüm ve izleme faaliyetlerinin takip edilmesidir (Akandere, 2021).

Ayrıca ticaret şeklinin değişmesi, ticaret hacminin yükselmesi çevresel tahribatların artmasına sebep olduğu görülmektedir (Güzel ve Oluç, 2022).

Bu büyüme ışığında tüm dünyanın tek bir pazar yeri olduğu uluslararası ticaretin e-ticaret ve e-ihracatın katkısıyla günden güne hızla büyüdüğü dönemde lojistik sektörünün de benzer hızda büyüdüğü gözlemlenmiştir.

## 8. Yeşil Lojistiğin Geleceği

Artan nüfus, artan ticaret hacmi, küreselleşen dünya ve e-ihracat sayesinde tüm yerkürenin tek bir pazar yerine gelmesine doğru adım adım giderken, insanların ihtiyaçlarının kendilerine ulaşmasını sağlayacak lojistik faaliyetlerinin de artması öngörülmektedir.

Teknolojinin hızla geliştiği, şirketlerin globalleşme yolunda koşar adımlar ile koştuğu günümüz dünyasında çevremizi korumamız bireylerin sorumluluğu olduğu gibi firmaların da

Karbon salınımının en fazla olduğu karayolu taşımacılığına alternatif olarak denizyolu, demiryolu ve hava yolu taşımacılığının kullanılması, çevreye önem veren firmaların bunlara ek olarak yakıtlarında doğalgaz kullanması, binalarında yeşil uygulamalara fırsat vermesi çok önemlidir. Sürdürülebilir bir dünya, sürdürülebilir bir ticaret, sürdürülebilir bir lojistik için yasal zorunluklarının baskısı ve sosyal medyanın çevre dostu firmaları ön plana çıkarması ile yeşil lojistik faaliyetleri hızla artacak ve gelişecektir.

## 9. Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak, lojistik sektörünün çevreye verdiği karbon ayak izinin artmasını engellemek için yeşil lojistik uygulamalarının desteklenmesi, lojistik firmalarının bilinçlenmesi için eğitim uygulamasının zorunlu tutulması ve gelecek nesillere daha temiz bir dünya bırakabilmek adına lojistik ağ yapısının yeşil lojistik araçları ile artırılması gerekmektedir.

Her 5 yılda 200 milyon ton karbon salımının arttığı, yılda ortalama %6 oranında bir karbon ayak izinin oluşacağı görünen bu sistemde lojistik kanalındaki elektrikli araçların artması yurt dışı ve yurt içinde daha az karbon salımını sağlayacaktır. Yeşil lojistik ağ tesislerinin kurulması, devlet teşvikleri ile gerçekleşmesi ve artan çevre kirliliğinin azaltılabilmesi mümkündür.

Sadece birey olarak değil firma ve kurumların da bu çevresel tahribatın engellenmesi için elinden geleni yapmalı, yeşil lojistiğin tüm dünya tarafından kullanılması için kampanya ve bilgilendirme çalışmaları düzenlenmelidir.

Avrupa'da kabul edilmiş olan motor standartları benimsenmeli bu standartlar ile lojistik firmaları denetlenmelidir. İçten yanmalı motorların kademeli olarak kaldırılıp Euro5 ve Euro6 motorlu araçlar tercih edilmelidir. Yenilenebilir enerji için elektrifikasyon, gelişmiş biyo-yakıtlar ve düşük karbonlu yakıtların kullanımı attırılmalıdır. CO<sub>2</sub> emisyon standartlarına uyum sağlanıp denetimi yapılmalıdır. Türkiye'nin toplam ihracatının yarısını Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirdiğini öngörerek bu önlemleri almak kaçınılmaz hale gelmektedir. Karayolu taşımacılığının kombine taşımacılık ve demir yolu taşımacılık ile gerçekleştirilmesi sonrasında ciddi bir karbon salınımı azaltacağı için önem kazanmaktadır.

Lojistik sektörünün gelişmesi çevreyi olumsuz etkilememelidir. Karbon salınımı en az düzeye indirilip, temiz bir dünya için e-ihracatta ve e-ticarette olduğu gibi yeşil lojistik alanında da daha hızlı bir büyüme ile tahribatların azaltılması gerekmektedir.

Çalışmada e-ihracattaki büyüme ile lojistik sektörünün de büyüyeceği bunun sonucu olarak da çevreye verilen tahribatın hızla artacağı vurgulanmıştır. Sürdürebilir bir dünyaya katkı



sağlamak için lojistik sektörünün de taşın altına elini koyması gerektiği kaçınılmaz hale gelmiştir.

Küreselleşme sonrasında teknolojik yapının gelişmesi ulaşılabilir olması, internetin erişiminin kolaylaşması ve birçok nedene bağlı olarak büyüyen pazar yerinin büyüyen bir müşteri kitlesi ile karşı karşıya kalacağı bunun engellenemeyeceği net bir şekilde görülmektedir. Bu büyümenin önüne geçilemeyeceği için yeşil çözümler üretilmeli, e-ihracattın gelişmesi çevresel kirliliğe neden olmamalı, yeşil lojistik ile çevresel zararlar en aza indirilmelidir.

Dünyada farklı ülkede olduğu gibi Türkiye’de de büyüme odaklı bir ekonomik model hedeflenmektedir. Küresel ticaret ihracatı tetiklemekte ve büyüyen ihracat rakamları covid-19 pandemisi ile birlikte dış ticaretin ve ihracatın yönünü e-ticarete ve e-ihracata yöneltmiştir. Dünyanın en büyük ekonomileri arasında yer alan ABD 2023 yıl sonuna kadar e-ticaret hacminin 970 milyar dolar seviyesine ulaşacağı ve 307 milyon tüketiciye ulaşacağı öngörülmektedir. Türkiye’de ise e-ticaret faaliyetinde bulunan işletme sayısı 2021 yılında 321.741 adet iken 2022 yılının ilk altı ayında 488.706 adet olmuştur.

Türkiye’nin 2022 yılı ilk altı ayı e-ticaret sipariş sayıları 2.294 milyon adet, yurtiçi harcamalar 308 Milyar TL, Türkiye’nin farklı ülkelere alımları 24.7 Milyar TL, diğer ülkelerin Türkiye’den alımları 15.8 Milyar TL dir. E-ticaret faaliyetinde bulunanların %52’si kadın %48’i de erkeklerden oluşmaktadır. İl bazında e-ticaret yapanların ilk sırasında 9.857 Milyar TL ile İstanbul ardından 6.064 Milyar TL ile Ankara’nın takip ettiği görülmektedir.

Bu ise çevresel bazı problemleri beraberinde getirmektedir. Bu problemlerin yanında dijital ve uluslararası dolandırıcılara karşı da dikkatli olmalıdır. Ev sahibi ülke ve hedef ülkenin e-ticaret kanunlarına vakıf olmak önemlidir. Pazarlama stratejilerinde ülkelerin ve bölgelerin farklı kültürler ve tüketici davranışı gösterdiğini dikkate alınmalıdır. Firmalar web sitelerini dizayn ederlerken online tercüme kullanmak yerine dile vakıf profesyonel tercümanlar kullanılması hata düzeyini aza indirgeyecektir.

Sonuç olarak, e-ihracat yapmak, zorluklar içerse de işletmeler için büyük fırsatlar sunmaktadır. İşletmeler eğer doğru araştırmalar yaptıkları takdirde, doğru pazarlama stratejileri ve lojistik hizmetleriyle birlikte, uluslararası piyasalarda büyük hacimler yaparak piyasada hareketlilik sağlayabilirler ve kârlarını zirveye taşıyabilirler.

## **Kaynakça**

- Akandere, G. (2021). Dijitalleşme Düzeyi ve Yeşil Lojistik Uygulamaların Lojistik Performansa Etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 1979-2000. 1979, 11, 1979-2000.
- Ari, Y. O. (2019). Türkiye’de ve Dünyada Sınır Ötesi Elektronik Ticaret. *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 11-22. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ebyuiibfdergi/issue/51234/621928>.
- Bakhtiyorov, A. (2022). Trade And Economic Performance Through Digital Economy. *Gospodarka I Innowacje*, 24, 720-726.
- Ballı, A. (2022). Türkiye’de Dijital Dönüşüm ve Girişimcilik. 3. *Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.22.02.1697>.
- Barut, A., Cital, M., Ahmed, Z., Sinha, A., & Abbas, S. (2023). How do economic and financial factors influence green logistics? A comparative analysis of E7 and G7 nations. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(1), 1011-1022. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22252-0>.
- Çetin, O., & Doğan Sain, A. (2018). Lojistik Sektöründe Sürdürülebilirlik Uygulamaları. *IV. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade And Logistics Congress September, 7-8, Didim/AYDIN*, 7-8.
- Demirci, A., & Manavgat, G. (2019). Lojistik Sürdürülebilirlik ve Yeşil Lojistik Kapsamında Karbon Ayak İzleri ve Kişisel Karbon Ayak İzi Analizi. 8. *Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi* (Sayı May, s. 101).
- Demirdöğmez, M., Gültekin, N., & Taş, H. Y. (2018). Türkiye’de E-Ticaret Sektörünün Yıllara Göre Gelişimi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* 15i, 8(15), 2216-2236. <https://doi.org/10.26466/opus.453147>.
- Dolatabad, M. J., Azhdarifard, M., Acwin Dwijendra, N. K., & Ali Sharhan Al-Sudani, A. Q. (2022). Evaluating Agile Practices in Green Supply Chain Management Using a Fuzzy Multicriteria Approach. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2022. <https://doi.org/10.1155/2022/4290848>.
- Fahim, F., & Mahadi, B. (2022). Green supply chain management/green finance: a bibliometric analysis of the last twenty years by using the Scopus database. *Environmental science and pollution research international*, 29(56), 84714-84740. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-21764-z>.
- Gültaş, P., & Yücel, M. (2015). Yeşil Lojistik: Yeşil Ulaşım Hizmetleri Malatya Büyükşehir Belediyesi Örneği. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(2), 70-83.
- Güzel, İ., & Oluç, İ. (2022). İhracat Ürün Çeşitlendirmesinin Ekolojik Ayak İzi Üzerindeki Etkisi The Effect of Export Product Diversification on Ecological Footprint. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 14(26), 47-58.
- Jinru, L., Changbiao, Z., Ahmad, B., Irfan, M., & Nazir, R. (2022). How do green financing and green logistics affect the circular economy in the pandemic situation: key mediating role of sustainable production. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 35(1), 3836-3856. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2021.2004437>.
- Karazijiene, Z., & Cernikovaite, M. E. (2022). Assessment of E-Trade in Global Environment. *12th International Scientific Conference “Business and Management 2022”*. <https://doi.org/10.3846/bm.2022.914>.
- Korucuk, S. (2018). Yeşil Lojistik Uygulamalarının Rekabet Gücü ve Hastane Performansı Etkisini Lojistik Regresyon Analizi İle Belirlenmesi: Ankara İli Örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 1(19), 280-299.
- Kutlu, B. H., & Yalçiner Ercoşkun, Ö. (2021). Evaluation of logistic firms in Turkey on green logistics applications. *Eksen Journal of Dokuz Eylül University Faculty of Architecture*, 2(1), 52-71. <https://dergipark.org.tr/en/pub/eksen>.

- Mete, E. (2020). Sürdürülebilir Kalkınma Kapsamında Yeşil Lojistik: Avrupa Birliği ve Türkiye Örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9248, 101-114. <https://doi.org/10.38155/ksbd.790740>.
- Mücevher, M. H. (2021). Sürdürülebilir Lojistik İçin Üç Öncelikli Strateji: Yeşil Lojistik, Tersine Lojistik ve Yalın Lojistik. *Enderun Dergisi*, 5(1).
- Peng, J., Chen, L., & Zhang, B. (2022). Transportation planning for sustainable supply chain network using big data technology. *Information Sciences*, 609, 781-798. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2022.07.112>.
- Souza, E. D., Kerber, J. C., Bouzon, M., & Rodriguez, C. M. T. (2022). Performance evaluation of green logistics: Paving the way towards circular economy. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 3(November 2021), 100019. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2021.100019>.
- Şişman, B. (2015). Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetiminin de Karbon Salınımının Sosyal Maliyetini Dikkate Alan Bir Model Önerisi :Bir Mermer İşletmesi Örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(4), 177-193. <http://iibfdergi.nigde.edu.tr/article/view/5000121234>.
- Tatar, V. (2016). Çevresel Lojistik: “Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi”. *2.Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi*.
- Tekin, Mahmut (2013), Lojistik, Günay Ofset, 1. Baskı, Konya.
- Toprak, R. (2006). Ankara’da Hızlı ve Hafif Raylı Ulaşım Sistemlerinin Neden Olduğu Çevresel Gürültünün Modellenmesi. *Gazi Üniversitesi Müh. Mim. Fak. Dergisi*, 21(1), 167-176.
- Turgut, A., & Budak, T. (2022). Lojistik ve Taşımacılığın Karbon Ayak İzi: Sistemik Bir Literatür İncelemesi. *Ken Akademisi*, 15(2), 916-930.
- Yangınlar, G., & Sarı, K. (2017). İşletmeleri Yeşil Lojistik Uygulamalarına Zorlayan Sebepler Üzerine Bir Araştırma. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 6(1), 101-121.

## İnternet Kaynakları

- (<https://www.cevalogistics.com/about-us/sustainability>) Erişim Tarihi 15. 01 2023
- (<http://www.ekol.com/tr/hizmetler/yesil-lojistik/>) Erişim Tarihi 02.01.2023
- (<http://www.sertrans.com.tr/Yesil-Lojistik-C33-P6- D42.html>) Erişim Tarihi 20.12.2022
- (<http://www.reysas.com/haberler>) Erişim Tarihi 20.01.2023
- (<http://www.ekol.com/tr/hizmetler/yesil-lojistik/>) Erişim Tarihi 02.01.2023
- (<https://www.gokbora.com/yesil-lojistik/>) Erişim Tarihi 05.01.2023
- (<https://www.dbschenkerarkas.com.tr/tr-tr>) Erişim Tarihi 15.01.2023
- <https://www.eticaret.gov.tr/cevrimiciegitim/e-ihracat-nedir-76> Erişim Tarihi 10. 01 2023
- <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler> Erişim Tarihi 09. 01 2023
- <https://www.eticaret.gov.tr/cevrimiciegitim/7-e-ihracatta-temel-bilgiler-20> Erişim Tarihi 14. 01 2023

# TÜRKİYE’DEKİ ÜNİVERSİTELERDE ÇALIŞILMIŞ OLAN SANSÜR KONULU LİSANSÜSTÜ TEZLER ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME (1990-2020)

Deniz GÜNER<sup>1</sup>

Öz

Bu çalışmada Türkiye’de eğitim veren yükseköğretim kurumları bünyesindeki enstitülerde hazırlanmış olan sansür konulu lisansüstü tezler türü, enstitü ve ana bilim dallarına göre gruplandırılıp incelenmiştir. Amaç Türkiye’deki üniversitelerde sansür konusunda yapılmış tezlerin incelenerek, alana katkılarının belirlenmesi ve alandaki eksikliklerin giderilmesi adına gelecekteki çalışmalara katkı sağlanmasıdır. Çalışmada istatistiğe dayalı bilgi verme yöntemi tercih edilmemiş, tezlerin kendi alanlarına ve sansür tarihi çalışmalarına katkısı ön planda olacak şekilde bir içerik ve kaynakça analizi yapılmıştır. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinin Veri Tabanı aracılığıyla tespit edilmiş 42 yüksek lisans, 3 doktora ve 1 adet sanatta yeterlik tezi çalışmaya dahil edilmiş, içerisinde sansüre değinilmiş olmasına rağmen tez başlığında “sansür” ifadesi kullanılmayan tezler değerlendirmeye alınmamıştır. Seçilen yıl aralığı ise konuyla ilgili olarak hazırlanmış ilk ve son tezler dikkate alınarak belirlenmiştir. Sansür konulu lisansüstü tezlerin incelendiği bu çalışmada ulaşılan en net sonuçlardan birisi tezlerin ağırlıklı oranının Türkiye’nin sansür geçmişine ışık tutmuş olmasıdır. Evrensel boyutta sansürün incelendiği çok az tez çalışması mevcuttur. Sansür ile ilgili olarak çalışılmış olan lisansüstü tezlerin yarısından fazlası iletişim fakültelerinde hazırlanmış ve çalışmaların çoğunluğu son 10 yıl içerisinde tamamlanmıştır. Bu durum son yıllarda konuya olan ilginin arttığına önemli bir göstergesidir. Çalışmaya dahil edilen lisansüstü tezlerin önemli bir kısmı sinema (film) sansürü ile ilgilidir. Sinema sansürünü basın sansürü izlemiş, en az değinilen konu ise internet sansürü olmuştur. Son yıllarda kitle iletişiminde önemli bir yer tutan internet ve sosyal medyaya uygulanan sansür konusu henüz yeteri kadar incelenmemiş olması nedeniyle gelecekte bu alandaki çalışmalarda artış olması muhtemeldir.

**Anahtar Kelimeler:** Sansür, Basın, Sinema, Film, Lisansüstü Tezler

**Jel Kodu:** Y4, Y40, Y9, Y92

## EVALUATION ON POSTGRADUATE THESIS ABOUT CENSORSHIP STUDIED IN UNIVERSITIES OF TURKEY (1990-2020)

Abstract

In this study, the postgraduate theses on censorship, prepared in the institutes of the higher education institutions in Turkey, were grouped and analyzed according to the type of thesis, institute and branch of science. It aims to examine the theses on censorship, prepared in different universities of Turkey to determine their contributions to this scope and to eliminate the deficiencies in this to contribute to future work. In the study, method of giving information based on statistics is not preferred, a content and bibliographic analysis was made by prioritising the contribution of theses to their own scope and censorship history studies. Checking via Database of National Thesis of Council of Higher Education 42 master’s, 3 doctorate and 1 thesis of proficiency in art was included in the study, although censorship was mentioned in it, theses that do not use the phrase “censorship” in the title of the thesis were not evaluated. The targeted period was determined by considering the first and last theses prepared on the subject. One of the clearest results reached in this study, in which postgraduate theses on censorship were examined, is that the majority of theses shed light on Turkey’s censorship history. There are very few thesis studies examining censorship in global scope. More than half of the postgraduate theses on censorship were prepared in communication faculties and the majority have been completed within the last 10 years. This indicates that the interest in the subject has increased in recent years. An important part of the postgraduate theses included in the study is about cinema (film) censorship. Cinema censorship was followed by press censorship, and the least studied topic was internet censorship. The censorship on the internet and social media, which have an important place in mass communication in recent years, has not yet been adequately studied, therefore studies in this scope are likely to increase in the future.

**Keywords:** Censorship, Press, Cinema, Film, Postgraduate Theses

**Jel Classification:** Y4, Y40, Y9, Y92

<sup>1</sup> Dr. Öğretim Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, [gunerdeniz1@hotmail.com](mailto:gunerdeniz1@hotmail.com), ORCID ID: 0000-0002-1496-0913

## 1. Giriş

Latince kökenli “Censere” “değerlendirmek”, “hüküm vermek” anlamına gelen ve bu görevi yerine getiren “değerlendiren şahıs” ya da “değerlendirme” anlamına gelen “census” kelimesinden türeyen “sansür” tarihin en eski denetleme yöntemlerinden birisidir. Eski Roma Dönemi’nde nüfustaki değişimleri tespit eden ve halka moral veren memurlara “censor” denirdi. Kelime bu haliyle önce Fransızcaya oradan da Türkçeye geçmiştir (Evrenos, 1999: 87).

Türk Dil Kurumu sözlüğünde ifade edildiği şekliyle sansür, her türlü yayının, sinema ve tiyatro eserinin hükümet tarafından önceden denetlenmesi anlamına gelmektedir (TDK, 1969). Dar anlamda ise sansür sıkı ve özel bir denetim türüdür bu nedenle her denetleme sansür anlamına gelmez (Öztürk, 2006: 55-56). Denetlemelerin sonucunda yayının okuyucu, izleyici veya dinleyici ile buluşmaması sansürün tam karşılığıdır. Okuyucu, izleyici veya dinleyici ile buluşmuş bir yayının toplatılması, faaliyetine son verilmesi veya ceza alması ise o yayının yasaklanmasıdır. Belirtmek gerekir ki “sansür” ve “yasak” kelimeleri zamanla birbirlerinin yerine kullanılır hale gelmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada da iki kavram birbirinin yerine kullanılmıştır.

İlk çağlarda egemen güç olan din otoriteleri tarafından inancı zedeleyeceği iddiasıyla düşünceye getirilen sansür, zamanla siyasi otoriteler tarafından kendi ideolojilerine zarar verebileceği kaygısıyla ya da toplumsal düzenin sağlanması amacıyla her türlü yayına<sup>2</sup> uygulanabilir hale gelmiştir. Toplumsal düzenin ihtiyaçları tarihsel süreç içerisinde değişiklik göstermiştir. Bu durum sansürün konusunun sürekli olarak değiştiği anlamına gelir. Ancak sansürün çerçevesini belirleyen ana etmen daima mevcut otoritenin tehdit algılarıdır. Burada unutulmaması gereken konu bu tehdit algılarının sadece siyasi otoriteyi korumak ile sınırlı olmadığıdır. Zira çocuk ve gençlerin korunması ya da toplumun güvenliğinin sağlanması da sansürün gerekçeleri arasında olabilir. Dolayısıyla bir denetleme yöntemi olarak sansürün gerekliliği tartışmaya açık değildir. Burada tartışılabilir olan tek konu sansürü uygulayan otoritenin bu işi ne kadar titizlikle ve iyi niyetle yaptığıdır.

Belirli zamanlarda basılıp, her çeşit fikir ve haberi topluma ulaştıran tüm yayın ürünlerine basın denir (İnuğur, 2002: 19). Yaygın olarak sansürün uygulama alanı basın ile özdeşleşmiş gibi görülmekte sansür sinemaya, sahne sanatlarına, resim ve heykellere de

---

<sup>2</sup> Gazete, dergi ve kitapların yanında radyo ve televizyon gibi tüm kitle haberleşme araçlarıyla kamuoyuna sunulan her şey yaygın denir (İnuğur, 2002: 13,14).

uygulanan bir kontrol yöntemidir. Dolayısıyla sansür aracılığıyla sadece düşüncenin kitleye ulaşması denetlenmemektedir, belki de nasıl düşünülmesi gerektiği de idealize edilmeye çalışılmaktadır. Bu bahsettiğimiz durumun en somut hali otosansür uygulamasıyla açıklanabilir. Otosansür, kişinin fikrini bir yayın ya da bir eser ile ortaya koymadan önce (kendini ifade ediş şeklini mevcut otoritenin ideolojisi doğrultusunda ya da oluşabilecek kamuoyu tepkisi karşısında) düzenlemeye çalışmasıdır. Yayın ya da eser sahibi, bu öz düzenleme yoluyla kendisini ve yayını ya da eserini koruma altına almayı hedefler.

Türkiye’de, devletin kaygılarıyla ilintili olarak çeşitli konulardaki kitap, dergi, gazete, bildiri ve benzeri matbualar ile plâk, ses bantları, fotoğraf, kartpostal, resim, film, videobantlar, sahne gösterileri hatta mektuplar bile yasaklanmaya maruz kalmıştır (Habora, 1984: 73).

## 2. Sansürün Tarihçesi

İletişim kurmanın insanın var olduğu andan itibaren süregeldiği düşünülecek olursa düşüncenin tartışılması ve yargılanmasının tarihi de o kadar eskiye dayanıyor olmalıdır. Ne yazık ki bununla ilgili elimizde pek bir veri yoktur. Bilinen en ünlü ve eski yasaklamalardan biri MÖ 5. yüzyılda Yunanlı filozof Sokrates’in fikirlerinin sansürlenmesini reddetmesi ve sürgüne gitmek yerine zehir içerek idamı tercih etmesidir. Yine bir başka filozof Pisagor ise tanrılara hakaret ettiği gerekçesi ile sürgüne gönderilmiş ve eserleri yakılmıştır (Nalcıoğlu, 2013: 24).

MS ilk yüzyılda Roma İmparatoru Caligula, kadın erkek ilişkisini çağrıştıran şiir ve kitaplarının yazarlarıyla birlikte yakılmaları emrini verirken Homeros’un ünlü “The Odyssey” adlı eserini yasaklatma girişiminde bulunmuştur. MS dördüncü yüzyılda ise Katolik Kilisenin ilk defa resmi bir biçimde yazılı bir eseri yasakladığı görülmektedir. İskenderiye Papaz’ı Arius tarafından yazılmış olan “Thaelia” adlı şiir Hz. İsa’nın yaradılışı ile ilgilidir ve şiirin Hz. İsa’yı yanlış tanıttığı gerekçesiyle Papaz aforoz edilmiştir (Çelik, 2005: 16-17). Orta çağ Engizisyon Mahkemeleri bu ve bunun gibi birçok esere yasaklama uygulamıştır. Orta çağın sonlarına doğru İtalya’da haberciğin ilk örneklerinden olan ve elle yazılarak çoğaltılan haber mektupları papaların girişimiyle çoğunlukla yasaklanmış, bu mektupları yazan dönemin ilk habercileri diye adlandırabileceğimiz kişiler ise idam edilmiştir (Nalcıoğlu, 2013: 24).

İlk laik sansür bürosu ise 1486’da Magonza’da (Almanya) kurulmuştur. Büro ilk defa dini kaygılar olmaksızın hazırlanan “yasaklanmış kitaplar” listesini yayımlamıştır (Baldini,

2000: 77). 1569’da ise Papa V. Pie, papalar ve kardinaller aleyhindeki neşriyatı yasaklamış yine aynı yıllarda “Menanti” adlı haber mektuplarını hazırlayan bir grubun başı olan Anibale Capelo, 1587’de Roma’ya çağrılarak iftirada bulunduğu ve yalan neşriyat yaptığı iddiasıyla elleri ve dili kesilerek cezalandırılmıştır (Ertuğ, 1955: 25).

Sansürün tarihini ele alırken sırasıyla düşünceye (söze), yazılı eserlere, haber kaynaklarının ilk örneklerine (gazete-dergi vb.) uygulanan yasaklamalardan bahsedilir. Oysa ki tarihi çok eskiye dayanan bir sansür çeşidi daha vardır. Sahne sanatlarına uygulanan sansür. Televizyon ve radyo öncesi dönemde geniş kitlelere düşünceyi ulaştıran en etkili araçlardan birisi de tiyatroydu ve tiyatrolar yöneticiler (ve din adamları) tarafından siyasi bir arena olarak görülüyordu. Antik dönemden beri en önemli sahne performansları arasında yer alan tiyatronun halkı etkileme ve halka ulaşma kabiliyeti göz önünde bulundurulduğunda sahnelenen oyunlar arasında, muhakkak ki sansüre maruz kalanlar olmuş olmalıdır. Özellikle Orta çağda tiyatro gösterileri yasaklanmış, tiyatro halka günahı övdüğü, kötü olanı sevdirdiği için suçlanmış (Sener, 2006: 69-72). Ancak tiyatro gösterilerinin yasaklanması ile ilgili olarak elde edilen net bilgiler Kral VIII. Henry’nin Roma Katolik Kilisesinden ayrılması sonrasında denk gelmektedir. Zira bu dönemde İngiliz tiyatrosunda Katolikliği övücü oyunlar yasaklanırken tiyatro, Papayı aşağılamak ve Protestanlığı övmek için kullanılmaya başlanmıştır. Yaklaşık 200 yıl boyunca İngiltere tiyatrosu sansür ile mücadele ettikten sonra 1737 yılında “The Licensing Act” sansür kanunu ile sansürün dozu daha da artmış ve birçok oyun yasaklanmış hatta tiyatrolar kapatılmıştır. İngiliz tiyatrolarında sansürün baskın olduğu bu dönem 1968 yılına kadar devam etmiştir (Çelik, 2005: 31-40).

Sinema tarihine baktığımızda ilk sansür ile ilgili net bir bilgi olmamakla birlikte bilinen en eski sansür girişimi Amerika’da Thomas Edison’un 1896 tarihli “The kiss” adlı filmi ile gündeme gelmiştir. Film, müstehcenlik gerekçesi ile çok eleştirilmiş ve yasaklanması uzun süre tartışılmıştır. 1909 senesinde ise filmler gösterilmeden önce denetlenmeye başlamıştır. Tikveş’in “Mukayeseli hukukta ve Türk hukukunda sinema filmlerinin sansürü” adlı kitabına göre sinema tarihinin ilk yasaklanan filmi ise 1909 yılında Fransa’da gösterilen ve idam edilen 5 suçlunun infazını konu alan bir filmdir. Film halkın protestosu üzerine belediye tarafından yasaklanmıştır (Tikveş, 1968: 9). Film endüstrisinin gelişmeye başlaması ile sinemanın düşünceyi yayma ve kitleleri etkileme potansiyeli ya da siyasi gücü hükümetleri sansür yasaları çıkarmaya zorlamıştır.

1930'lara gelindiğinde televizyonun insan hayatına dahil olmasıyla sansür de uygulama alanını genişletmiştir. Öyle ki Warner Bros çizgi film kahramanlarından olan Tweety bile sansürden payını almıştır. Serinin ilk filminde yavru olduğu için tüysüz, pembe ve çıplak olarak çizilmiş bir kuş olan Tweety sonraki bölümlerde sarı ve tüylü olarak görülmüştür (Cohen, 2004: 5). Televizyonlarda gösterilen ve “kurmaca” olarak adlandırılan yayınların tamamı yayımlandıkları ülkelerde farklı denetimlere tabi olmuşlardır. Burada unutulmaması gereken husus televizyonculuk faaliyetinin başlangıçta devlet eliyle gerçekleştiriliyor olması ile bu faaliyet alanında oluşmuş olan tekelciliğin kırılmasının İkinci Dünya Savaşı'ndan (1945) sonraki yıllara denk geldiğidir. Önce radyonun sonrasında televizyonun propaganda gücünü keşfeden devletler, bu alanı kontrol altında tutmanın dışında tamamıyla kendi ideolojik ihtiyaçlarına yönelik kullanmışlardır. Bu ihtiyaçları sadece siyasi ihtiyaçlar olarak düşünmek doğru olmaz. Radyo ve televizyonun çok geniş halk kitlelerine ulaşabilme gücü onun, halkı eğitmek ya da kültürü dizayn etmek aracılığını üstlenmesini de sağlamıştır.

İkinci Dünya Savaşı (1939-1945) yıllarında televizyon yayınlarının aksadığı ancak radyo aracılığı ile hükümetlerin propaganda yapmaya devam ettiği ve bu propaganda faaliyetlerinin de zaman zaman sansüre uğradığı bilinmektedir. Ancak düşman bir ülkenin radyo frekanslarına yapılabilecek müdahale olmadığından geriye sadece iki yöntem kalmaktadır. Bunlardan birincisi karşı propaganda ile düşman ülkenin yayını itibarsızlaştırmak ikincisi ise karşıt propaganda yapan radyo kanallarının dinlenmesini yasaklamak. İkincisi çok mümkün görünmemekle birlikte özellikle İkinci Dünya Savaşı yıllarında Alman hükümeti bu yöneme başvurmuş ve Alman kanalları dışındaki radyo kanallarının dinlenmesini yasaklamıştır. Bu karara uymayanlar yakalandıklarında vatan haini olarak değerlendirilmiş ve ağır cezalar almışlardır (Çakı, 2020: 255).

### **3. Türkiye’de Sansür**

Türkiye’de sansür tarihi genellikle Meşrutiyet Dönemi ile başlatılır ve Sultan II. Abdülhamit ile ilişkilendirilir. Bunun en önemli nedeni Türkiye’deki haberciliğin, dergi ve gazete benzeri yayın türlerinin bu dönemde yaygınlaşmış olmasıdır. Sanılanın aksine matbaa Osmanlı topraklarına çok geç değil tam vaktinde gelmiştir. Ancak yabancıların ellerinde bulunan bu matbaalarda basılan eserlerin yabancı dillerde olması Türkçe yayıncılığın gelişmesine herhangi bir katkı sağlamamıştır. Osmanlı halkının içerisindeki okur yazar



oranının azlığının da bu alanda bir talep yaratmaması ve çeşitli siyasi nedenler bir araya geldiğinde yerli yayıncılık ancak ilk yerli matbaanın kurulduğu 1727 yılından sonra gelişebilmiştir. Türkçe gazetecilik faaliyetleri doğrudan devletin kontrolünde olduğu için başlangıçta herhangi bir sansür faaliyeti görülmemiştir. Ancak İbrahim Şinasi ve Agâh Efendi adlı iki gazetecinin hazırladığı kısmen muhalif içerikli Tercümân-ı Ahvâl gazetesinin yayınlanmaya başlaması ile basında sansür gündeme gelmiş (Birinci, 1995: 94) 1858 yılında yürürlüğe konan ceza yasasının 138. maddesine<sup>3</sup> dayanarak gazetenin “yetkilerini aşarak davrandığı” gerekçesiyle 43. sayısından sonra yayını durdurulmuştur (Nalcioğlu, 2013: 104).

Türkiye’de yasaklandığı düşünülen ilk kitap ise Enderunlu Fazıl’ın Defter-i Aşk adlı eseridir (Birinci, 1995: 94). Kitap müstehcen içeriği nedeniyle yasaklanmıştır. 438 beyitlik bir mesnevi olan Defter-i Aşk’ın 1837’de bir baskı yaptığı bilinmektedir. Sonrasında 1842’de şairinin “Divan” adlı kitabının son bölümünde de yayınlanmıştır (Küçük, 1995: 189). Şairin bir diğer yasaklanan mesnevisi ise Zenannâme’dir (Bardakçı, 2009: 121). Zenannâme de Defter-i Aşk gibi 1837 yılında bir baskı yapmış, nikaha karşı olduğu gerekçesi ile dönemin Dışişleri Bakanı Mustafa Reşid Paşa tarafından toplatılmıştır. Kitabın, 1839’da şairin diğer kitapları olan Hübannâme, Çenginame ve Şevkengiz’le birlikte İstanbul’da yeniden basıldığı görülmektedir (Küçük, 1995: 189). Bu durum yasaklanan kitaplar ile ilgili denetlemelerin belirli bir standart ile yapılmadığını göstermektedir.

Sansürden belki de antik dönemden beri muzdarip olan bir başka tür ise daha önceden de bahsettiğimiz gibi tiyatrodur. Türk tarihinde politik tiyatronun ilk örnekleri arasında “kaba güldürü” olarak da nitelendirilen geleneksel “Karagöz” ve “Ortaoyunu” yer almaktadır. Bir gölge oyunu olan Karagöz ve onun sahne performansı haline getirilmiş bir versiyonu olan Ortaoyunu her ne kadar “güldürü” teması içerisinde değerlendirilse de özünde politik içerik barındıran ve hatta bazen devlet adamlarına ağır sözlerin de söylenebildiği tiyatro türleridir. Bu nedenle özellikle Karagöz gösterilerinin zaman zaman sansürlendiği belirtilse de<sup>4</sup> elde bununla ilgili kesin bir belge mevcut değildir (And, 2014: 43; Şaşmaz, 2019: 445). Türkiye’de modern manadaki tiyatro sahnesine yapılan ilk sansür, Tanzimat Dönemi’nde görülmektedir.

<sup>3</sup> Söz konusu maddede; devletin emir ve ruhsatıyla açılmış olan matbaalarda saltanat ve hükümet üyeleri ile saltanatın tebaası olan bir millet aleyhinde gazete, kitap ve muzır evrakın öncelikli olarak zapt edileceği ve suçun cezasına göre matbaanın geçici veya tamamen kapatılmasına karar verilebileceği ve on mecdiye altına kadar da para cezası verilebileceği belirtilmiştir (Arolat, 1978: 280).

<sup>4</sup> 19. yüzyılın ikinci yarısında Karagöz oyunlarındaki siyasal ve müstehcen içeriklerin yasaklanması, Karagöz oynatıcılarının kendilerini kontrol etmelerine ve eskiye göre siyasal içeriği daha örtük ve daha az müstehcen ifadeler kullanmalarına neden olmuştur (Öztürk, 2006: 57).

Bu dönemde tiyatro sahnesinde sergilenen ve sansürlenmiş ilk Türkçe oyun Namık Kemal'in "Vatan yahut Silistre" adlı eseridir. Oyunun 1 Nisan 1873'de Gedikpaşa Tiyatrosunda oynanmasından sonra seyircilerin coşkusu sokaklara taşmış, atılan sloganlar ile Sultan Abdülaziz yerine veliaht Murad'ın istendiği belirtilmiştir. Yaşanan bu olay basına yansımış, Namık Kemal sürgüne gönderilmiş, hadiseyi haberleştiren İbret gazetesi 6 Nisan 1873'de kapatılmış, Vatan yahut Silistre oyununun sahnelendiği Gedikpaşa Tiyatrosu çalışanları da tutuklanmıştır (Aydoğan, 2003: 17). Bu sansür sonrasında Vatan yahut Silistre ile içeriği benzeyen pek çok oyunun oynanması yasaklanmıştır. Ahmet Mithat'ın "Çerkes Özdenler" adlı oyunu yine politik kaygılar ile yasaklanmış, oyunun sahnelenmesinden kısa bir süre sonra hiç hesapta yokken Gedikpaşa Tiyatrosu bir gece içerisinde yıkılmıştır (Yılmaz, 2013: 186).

Cumhuriyet Dönemi'ne gelindiğinde tiyatro sahnesi yine gözetim altında olmuş, oyunlar aynen Tanzimat ve Meşrutiyet dönemlerinde olduğu gibi sahneye konulmadan evvel denetlenmiştir. Örneğin yine Namık Kemal'in Vatan yahut Silistre'si içerisindeki "Padişahım Çok Yaşa!", "Yaşasın Osmanlılar!" ifadeleri çıkartıldıktan sonra sahnelenebilmiştir (Ünlü, 1995: 31). Bu örnekten de anlaşılacağı gibi sansürün konusu iktidarın tehdit algısına göre belirlenmektedir.

Türkiye sinemasının sansür tarihi ise yeteri kadar verinin olmaması nedeniyle net değildir. Türkiye'de ilk defa sinema filminin gösterildiği tarih 1896 yılı olarak kabul edilir. 1896'da Lumière Biraderler kumpanyasının yönetmenlerinden Alexandre Promio (Hürriyet, 2001: 29 Ocak, Tarihi notlar) Türkiye'ye gelip bazı gezi filmleri çekmiştir (Özön, 1964: 113). Aynı yıl Osmanlı sarayında sinemanın tanıtımı Bertrant adlı bir Fransız hokkabazı ya da ressamı tarafından yapılmış (Scognamillo, 1987: 11-12), ilk sinema salonu ise ancak 1908 senesinde açılabilmiştir. Aradaki süreçte filmler İstanbul'da genellikle Beyoğlu semtinde çeşitli salonlarda gösterilmiştir (Özgüç, 1990: 8).

Tarihler 1917'yi gösterdiğinde Türkiye'de tamamıyla yerli olan iki sinema filmi çekilmiştir. "Pençe" ve "Causus" adlarındaki bu filmlerin ortak yönleri Sedat Simavi tarafından çekilmesi, öykülü olması ve gösterime girmesidir (Şener, 1979: 81). Hangi filmin halk önüne çıkan ilk Türk filmi unvanını elinde bulundurduğu bilinmemektedir ancak "Pençe", Beyoğlu Fransız Tiyatrosu'nda ilk gösterimini yapmasının ardından konusu nedeniyle tartışma yaratmıştır. Film müstehcen olduğu gerekçesiyle gazetelerde uzun uzadıya tartışılmış, köşe yazıları filmi utandırıcı bulanlar ve başarılı bulanlar şeklinde ikiye bölünmüştür. Ne yazık ki

filmin herhangi bir kopyasının günümüze ulaşmamış olması bu konuda yorum yapmayı engellemektedir (Özgüç, 1990: 17-18).

Yine kesin olmamakla birlikte Türk sinemasına ilk sansürü işgal kuvvetleri komutanlarından Fransız General Franchete d'Espery uygulamıştır<sup>5</sup>. Hüseyin Rahmi Gürpınar'ın romanından sinemaya uyarlanan, Ahmet Fehim'in yönettiği 1919 tarihli "Mürebbiye" adlı filmin işgal kuvvetleri tarafından Anadolu'ya dağıtımı yasaklamıştır (Öztürk, 2006: 59-61). Meşrep bir Fransız kadının hikayesini konu alan film "Fransızları küçük düşürdüğü" gerekçesiyle yasaklanmıştır.

Cumhuriyet'in ilan edilmesinden hemen önce İcra Vekilleri Heyeti, 29 Mayıs 1923 tarihinde Dahiliye ve Maliye Vekâletlerine gönderdiği tezkereyle yabancılara ait propaganda filmlerinin, Anadolu'da gösterilmelerini sansürlemiştir. Bu belge Ankara hükümetinin sinema alanında uyguladığı ilk sansür belgesi olarak tanımlanmaktadır (Öztürk, 2006: 69).

Ali Özuyar'ın, 19 Haziran 1924 tarihli Sinema Yıldızı adlı dergiden yapmış olduğu aktarıma göre Cumhuriyet'in ilanı sonrasında sansürlenilen ilk film Fransız yapımı "La Garçonne" (kızkerkek) adını taşımaktadır. Film İstanbul'da yasaklanmasına rağmen, Ankara'da gösterilmeye devam edince İstanbul'daki gösterimi de serbest bırakılmıştır<sup>6</sup> (Özuyar: 2008: 120).

Yukarıda kısaca aktardığımız tarihi süreç Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarında sansür konusunda yapılan lisansüstü çalışmaların çıkış noktası olmuştur. Diğer bir ifade ile basın, yayın, görsel sanatlar, sinema vb. alanların tümünde etkili bir kontrol mekanizması olan sansür Türkiye'deki akademik konuların arasındaki yerini almıştır.

#### **4. Sansür Konulu Lisansüstü Tezlerin Değerlendirmesi**

Çalışmamızda değerlendirmeye alınan sansür konulu<sup>7</sup> tezlerin 42'si yüksek lisans, 3'ü doktora ve 1'i sanatta yeterlik seviyesindedir. Bağlı oldukları ana bilim dallarına göre lisansüstü tezleri ayırdığımızda 25 farklı ana bilim dalı karşımıza çıkmaktadır. Bu durum

---

<sup>5</sup>Bu konudaki şaibe hakkında detaylı bilgi için bakınız: Serdar Öztürk, "Türk Sinemasında İlk Sansür Tartışmaları ve Yeni Belgeler"

<sup>6</sup> Türkiye'de 1932 yılına kadar sinemalarda gösterilecek filmleri denetleme ve gerektiğinde sansürleme yetkisi her şehirde valiliklere bırakılmıştı.

<sup>7</sup> Tez adında bir denetleme türü olan "sansür" ifadesi geçen ve Sosyal Bilimler Enstitüsü, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde yapılan tezler araştırmaya dahil edilmiştir.

sansürün sosyal bilimler içerisindeki disiplinler tarafından geniş bir yelpaze içerisinde irdelendiğini göstermektedir (Tablo: 1).<sup>8</sup>

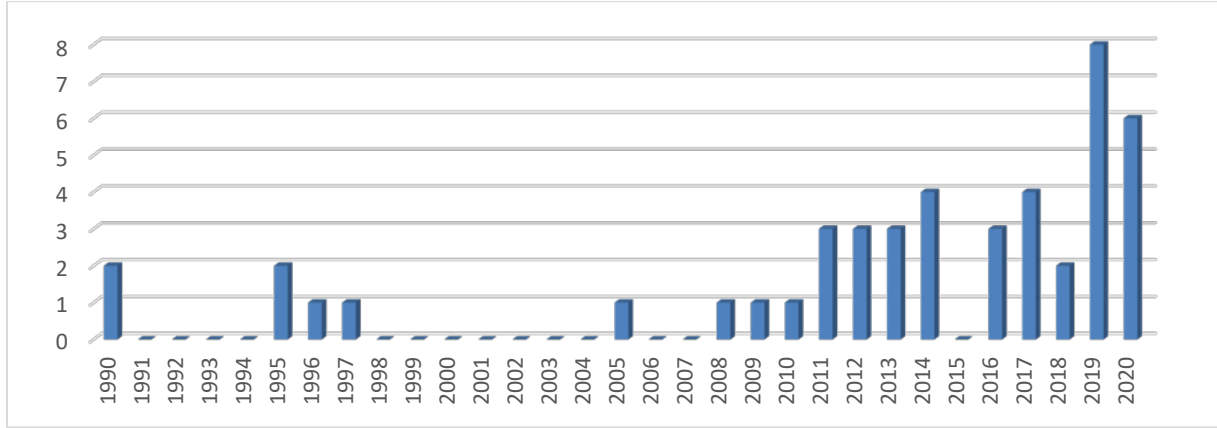
**Tablo 1:** Sansür Konulu Tezlerin Ana Bilim Dallarına Göre Dağılımları

Ana Bilim Dah/ Ana Sanat Dah	Lisansüstü Tez Adedi
Radyo Televizyon Sinema ABD/ Radyo Televizyon ve Sinema ABD/ Radyo Televizyon ABD/ Sinema Televizyon ASD	10
Mütercim Tercümanlık ABD/ Çeviribilim ABD	4
Gazetecilik ABD	3
İletişim ABD/ İletişim Bilimleri ABD	3
Tarih ABD	3
Halkla İlişkiler ve Reklamcılık ABD/ Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD	2
İngiliz Dili ve Edebiyatı ABD	2
Medya ve İletişim Çalışmaları ABD/ Medya ve İletişim Sistemleri ABD	2
Kamu Hukuku ABD	2
Kamu Yönetimi ABD	2
Bilgi ve Belge ABD	1
Felsefe ABD	1
Gazetecilik ve Halkla İlişkiler ABD	1
Güzel Sanatlar Eğitimi ABD	1
Resim ASD	1
Sanat ve Tasarım ABD	1
Sanat Yönetimi ABD	1
Siyaset Bilimi ABD	1
Sosyal Bilimler ABD	1
Tiyatro ASD	1
Türk Dili ve Edebiyatı ABD	1
ABD Belirtilmemiş	2
<b>Toplam</b>	<b>46</b>

Tablodan da anlaşılacağı gibi konu özellikle İletişim Fakültelerine bağlı bölümlerde daha fazla çalışılmıştır. Ayrıca Türk Dili ve Edebiyatı alanında sadece 1 lisansüstü çalışmanın yapılması da şaşırtıcı bir biçimde dikkat çekmektedir.

**Grafik 1:** Sansür Konulu Tezlerin Yıllara Göre Dağılımları

<sup>8</sup> Tablonun anlam ifade edebilmesi için farklı üniversitelerde, benzer başlıklar altında açılan ana bilim/sanat dalları aynı satırda değerlendirilmiştir.



Yukarıdaki dağılımdan da anlaşıldığı gibi sansür konusu, özellikle 2011 yılından itibaren lisansüstü tez olarak daha fazla çalışılmaya başlanmıştır. 2011 yılına kadar olan çalışmaların ana bilim dallarına bakıldığında yoğunluk iletişim fakültelerine aittir. 2011 sonrası sansür konusunu inceleyen ana bilim dallarının çeşitlendiği, dolayısıyla konunun farklı boyutlarının ele alındığı görülmektedir.

Sansür ile ilgili çalışılan ilk 2 tez “Basın Özgürlüğü-Sansür ve Ülkemizdeki Görünümü”, “Film Sansürü ve Belirli Sistemler İçinde Türk Film Sansür Sisteminin Durumu” başlıklarını taşımaktadır. Konuyla ilgili ilk lisansüstü tezler olmaları bakımından önem arz eden bu çalışmalar kendilerinden sonraki lisansüstü tezlere örnek teşkil edebilecek niteliktedir.

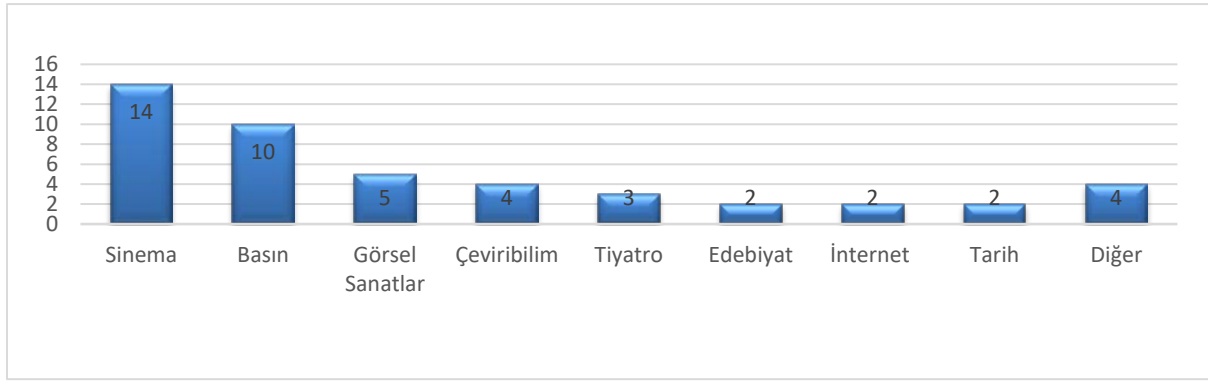
Adında sansür ifadesi geçen sansür konulu tezlerin çalışıldığı üniversitelere baktığımızda 9 lisansüstü tez ile İstanbul Üniversitesi’nin bu konuda en fazla tezin çalışıldığı üniversite olduğunu görmekteyiz. İstanbul Üniversitesi’ni 4 lisansüstü tez ile Marmara Üniversitesi takip ederken, üçüncü sırada 3’er lisansüstü tez ile Dokuz Eylül Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi yer almaktadır.

**Tablo 2:** Sansür Konulu Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımları

Üniversite	Sansür Başlıklı Tez Adedi
İstanbul Üniversitesi	9
Marmara Üniversitesi	4
Dokuz Eylül Üniversitesi	3
Gazi Üniversitesi	3
Ankara Üniversitesi	2
Atatürk Üniversitesi	2
Atılım Üniversitesi	2
Hacettepe Üniversitesi	2
İstanbul Bilgi Üniversitesi	2

Sabancı Üniversitesi	2
Yaşar Üniversitesi	2
Akdeniz Üniversitesi	1
Anadolu Üniversitesi	1
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	1
Çankaya Üniversitesi	1
İstanbul Kültür Üniversitesi	1
Kadir Has Üniversitesi	1
Kocaeli Üniversitesi	1
Maltepe Üniversitesi	1
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	1
Pamukkale Üniversitesi	1
Sakarya Üniversitesi	1
Selçuk Üniversitesi	1
Yıldız Teknik Üniversitesi	1

**Grafik 2:** Sansür Konulu Tezlerin İçeriklerine Göre Dağılımları



Tezler içerik olarak kategorize edildiğinde sansür konusunun en fazla sinema üzerindeki etkilerinin lisansüstü tez olarak çalışıldığı görülmektedir. Sinemaya yapılan sansür ile ilgili olarak 1990-2000 yılları arasında 14 lisansüstü tez çalışması vardır. Bu tezlerden yalnızca 2’si yurt dışındaki sinema sansürü ile ilgilidir. Bunlar; “Amerikan Film Sansür Yasası Olarak Yapım Yönetmeliği’nin Doğuşu ve 1948 Yılına Kadar Kara Film Üzerindeki Etkisi” başlıklı doktora tezi ve “İran Sinemasında Sansür: Kadın Temsiline Yönelik Çözümleme”, başlıklı yüksek lisans tezidir.

Türkiye’deki sinema sansürü ile ilgili tezlerden 4’ü ise neredeyse aynı başlıkları taşımaktadır. Bunlar<sup>9</sup> “Film Sansürü ve Belirli Sistemler İçinde Türk Film Sansür Sisteminin Durumu”, “Türkiye’de Sinema Filmleri ve Sansür”, “Türk Sinemasında Sansür”, “Türk Sinemasında Sansür ve Etkileri” adlı tezlerdir. Adı geçen ilk tez 1990 senesinde son tez ise 2013 senesinde tamamlanmıştır. Dolayısıyla Türk sinemasının sansür serüvenini 23 yıl daha

<sup>9</sup> Tamamlanma yıllarına göre eskiden yeniye doğru.

ileriye taşıma konusunda bir çaba sarf edilmiş olması dikkate değerdir. Tezlerden 3'ü iletişim fakültelerine bağlı bölümlerde hazırlanmışken 1'i (Türk Sinemasında Sansür) kamu yönetimi bölümünde hazırlanmıştır. Bu fark içeriğe belirgin ölçüde yansımış konu farklı bir perspektiften değerlendirilmiştir.

Sinema kategorisinde değerlendirmeye aldığımız bir tür de belgeseldir. Türkiye'deki belgesel sansürü ile ilgili olarak 2 lisansüstü tez çalışması yapılmış ve her ikisinde de neredeyse aynı örnek incelenmiştir. Bu tezler "Film Festivallerinde Belgeseller ve Sansür: Yeryüzü Aşkın Yüzü Oluncaya Dek ve Bakur" ve "Toplumsal Hafıza, Belgesel, Sansür: Bakur Örneği" başlıklarını taşımaktadır. İlk tez Türkçe ikincisi İngilizce olarak hazırlanmıştır. İlk tezde, "Yeryüzü Aşkın Yüzü Oluncaya Dek" ve "Bakur" adlı belgesel filmler üzerinden Türkiye'de festivallerde uygulanan sansürün olası nedenleri üzerinde durulmuştur. İkinci tezde "Bakur" adlı örnek üzerinden etnik kimlik sorunu bağlamında belgesel, sansür ve hafızanın kesişimselliği üzerine odaklanılmıştır. Dolayısıyla her iki tezde de aynı örnek kullanılmış olmasına rağmen, irdelenen noktanın farklılığı, içerik bakımından özgün iki tez çalışması ortaya koymuştur.

Hatırlatmak gerekir ki sansür sadece esere değil bazen de doğrudan bir kişinin<sup>10</sup> ürünlerinin tümüne ya da bir kısmına uygulanabilmektedir. Dünya sansür tarihi bir yazarın, şairin, düşünürün, gazetecinin ya da yönetmenin "sakıncalı" ilan edilmesinin örnekleriyle doludur. Türk sinema tarihi de bu durumdan elbette payını almıştır ve incelediğimiz lisansüstü tezler içerisinde bu konuda 2 örnek bulunmaktadır. Bunlar "Türk Sinemasında Sansür ve Metin Erksan Örneği", "Yönetmen Olarak Yılmaz Güney Filmlerine Uygulanan Sansür Olgusu" adlı lisansüstü tezlerdir. Her iki tezde de öncelikle Türk sinemasındaki sansür tarihi değerlendirilmiş, konu ile ilgili yasal düzenlemeler aktarılmış ve ardından kendi spesifik konularına giriş yapılmıştır.

Yukarıda yaptığımız gruplamanın dışında kalan ve sinema filmlerine uygulanan sansürünün farklı yönlerini ele alan 4 lisansüstü tez çalışması daha mevcuttur. Bu tezler, "Türk Sinemasında Sansür Konusuna Bir Yaklaşım (Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kurulunun İşlev ve Etkileri)", "Türk Sinemasında Toplumsal Gerçekçilik Akımı ve Sansür (1960-1970 Dönemi)", "Sansür Bağlamında Türkiye'de Siyaset ve Sinema İlişkisi", "Sansür ve Özdeşünümsellik: 2008-2015 Yılları Arasında Televizyonda Yayınlanan Filmlerde Sansür Uygulamaları" adlarını taşımaktadır.

<sup>10</sup> Yazar, şair, gazeteci, yönetmen, sanatçı vb.

Sanat, görsel sanatlar ve sansür teması altında ise 5 adet lisansüstü tez çalışılmıştır. Bunlardan “Günümüz Türkiye’inde Görsel Sanatlara Uygulanan Sansür ve Siyasi Göstergeleri: İstanbul’da 2002-2009 Yılları Arasında Gerçekleşen Dört Vakanın Analizi”, “Türkiye’de Plastik Sanatlar Alanında Sansür ve Liberal Sansür Kavramına Marksist Eleştiri Bağlamında Dört Örnek Olay İncelemesi”, “Türkiye’de 2000 Yılından Sonra Heykele Uygulanan Sansür ve Sanatçının Tutumu” adlı tezlerdir. Her 3 tezde gerek konusu gerek özgünlüğü gerekse iktidar sansür ilişkisine ışık tutması bakımından dikkate değerdir. Konuyla ilgili diğer tezler ise “Sanatta Sansür: Tahakküm, Tahammül, Tahrik” ve “Sanata Sansürün Platon’daki Felsefi Nedenleri” başlıklarını taşımaktadır.

Sahne sanatlarından tiyatronun sansür ile ilişkisini inceleyen 3 çalışma bulunmaktadır. Bunlar, “Türk Tiyatrosunda Sansür ve Oto-Sansür Olgusu (1980-1990)”, “Toplumsal ve Tarihsel Boyutlarıyla İngiliz Tiyatrosunda Sansür”, “20 ve 21. Yüzyıl İngiliz Tiyatrosunda Sansür: Temsiller ve Tepkiler” adlı tezlerdir. “Türk Tiyatrosunda Sansür ve Oto-Sansür Olgusu (1980-1990)”, adlı tez Türk tiyatrosunda sansür konusunu inceleyen tek tez olması bakımından önemlidir. “Toplumsal ve Tarihsel Boyutlarıyla İngiliz Tiyatrosunda Sansür” ve “20 ve 21. Yüzyıl İngiliz Tiyatrosunda Sansür: Temsiller ve Tepkiler” başlığını taşıyan doktora tezleri ise benzer başlıklar altında olmalarına rağmen konuyu işleyiş bakımından farklı yöntemler belirlemişlerdir. İlk tezde sansür, “nedenlerine” göre tasnif edilirken ikinci tezde “sansüre maruz kalan metin yazarlarının eserleri” üzerinden bir içerik düzenlenmiştir.

Sansürün yoğun olarak uygulandığı bir başka alan da basındır. Basın ve gazetecinin maruz kaldığı sansür lisansüstü tezlerde çeşitli yönleri ile incelenmiştir. Bu kapsamda “basın ve ifade özgürlüğü”, “otosansür”, “basının haber verme hakkı”, “basın, siyaset, sansür ilişkileri”, öne çıkan konulardır. Basın ve gazetecilikte sansür konusunda hazırlanan 10 lisansüstü tez içerisinde sadece “Sansür Kavramı Çerçevesinde İliştirilmiş Gazetecilik” adlı tez konuyu Türkiye’den bağımsız biçimde incelemiştir. Bunun dışında kalan tezler araştırma alanlarını Türkiye ile ilişkilendirmiştir. “12 Eylül 1980 Döneminde Türkiye’de Basın Özgürlüğü ve Sansür”, “12 Eylül 1980 Askeri Darbe Döneminde Cumhuriyet, Hürriyet ve Tercüman Gazetelerindeki Sansür/Oto-Sansür Uygulamaları”, “Yazılı Basında Sansür ve Oto-Sansür: 28 Şubat Süreci ve AKP İktidarı Dönemi Karşılaştırmalı Analizi”, “Tanzimat Dönemi İstanbul Basımında Sansür” başlıklarını taşıyan tezler Türk basınındaki sansür tarihine katkı sağlamaları bakımından önemlidir.



Sansür konusunda yapılan lisansüstü tez çalışma alanları içerisinde özellikle son yıllarda çeviribilim de yerini almıştır. Bu kapsamda ilki 2011 yılında olmak üzere 4 lisansüstü tez çalışması yapılmıştır, bunlar “*South Park* Çevirisinde Sansür Üzerine Betimleyici Bir Çalışma”, “Çeviride Sansüre Eleştirel Söylem Çözümlemesi Perspektifinden Bir Bakış: Vaka Çalışması Olarak Grey Wolf’un Türkçe Çevirileri”, “Türkiye’de Çeviri, Müstehcenlik ve Sansür: Popüler Erotik Edebiyat Çevirmeni ve Patronu Olarak Avni İnel”, “Jack Kerouac’ın Yolda Adlı Eserinin Türkçe Çevirilerinde Sansür Üzerine Betimsel ve Karşılaştırmalı Çalışma” adlarını taşımaktadır. Bu çalışmalardan “Çeviride Sansüre Eleştirel Söylem Çözümlemesi Perspektifinden Bir Bakış: Vaka Çalışması Olarak Grey Wolf’un Türkçe Çevirileri” adlı tez Türkiye’deki kitap sansürü tarihine sağladığı katkı bakımından oldukça önemlidir.

Edebiyat ve tarih alanına ise konuyla ilgili olarak 4 lisansüstü tez çalışması yapılmıştır. Bunlar, “II. Abdülhamid Dönemi Sansürünün Edebiyattaki Yansımaları”, “II. Abdülhamit Döneminde Kitaplar Üzerinde Sansür Uygulamaları (1876-1900)”, “Iulius-Claudius’lar Dönemi Roma Yazınında Sansür Uygulamaları”, “İşgal Altındaki İstanbul’da Sansür: Tasvîr-i Efkâr Gazetesinin İncelenmesi”, adlı tezlerdir. Türkiye’de sansür tarihi denildiğinde akla ilk gelenlerden birisi olan II. Abdülhamit Dönemi lisansüstü tez çalışmaları içerisinde de yerini almıştır. Belirtmek gerekir ki tezlerin önemli bir kısmında “II. Abdülhamit Dönemi sansür uygulamaları”, kronolojik bir sıra içerisinde aktarılmış ancak çoğunlukla aynı kaynaklardan yapılan alıntılardan öteye gidilememiştir. Dolayısıyla doğrudan II. Abdülhamit Dönemi edebiyat ve kitap sansürü ile ilişkilendirilerek hazırlanan bu tezler önem arz etmektedir. Daha önce de belirttiğimiz gibi Türkiye’deki üniversitelerde lisansüstü tez olarak çalışılan sansür olgusu çoğunlukla “Türkiye” örnekleme ile sınırlı olmuştur. “Iulius-Claudius’lar Dönemi Roma Yazınında Sansür Uygulamaları” adlı tez çalışması ise sansür tarihini çok daha erken dönemlere çekmesi açısından bu alanda ezberi bozması yönüyle dikkate değerdir. Tarih başlığı altında değerlendireceğimiz son çalışma ise “İşgal Altındaki İstanbul’da Sansür: Tasvîr-i Efkâr Gazetesinin İncelenmesi” başlıklı tezdur. 1918-1922 yılları arasındaki dönemi inceleyen çalışma Türkiye’de işgal yıllarında yaşanan sansürü detaylı bir biçimde incelemiş ve bu alandaki ciddi bir boşluğu doldurmuştur.

Bilindiği üzere son yıllarda anket çalışması kullanılarak yapılan lisansüstü tezlerin sayılarında dikkate değer bir artış olmuştur. Sansür konusunda anket kullanılarak yapılan 3 lisansüstü tez çalışması mevcuttur. Bunlar, “Erişim Engellenmiştir: Kültürel Değerler,

İnternet Sansürü ve Sivil Katılım Göstergeleri”, “İstanbul Üniversitesi Merkez Kütüphanesi (İÜMK) Kullanıcılarının Kitap Yasaklamalarına ve Sansüre Karşı Tutumları” ve “Televizyonda Yayınlanan Filmlerdeki Sansürün İzleyicinin İzleme Motivasyonu Üzerindeki Rolü” adlı lisansüstü tezlerdir. Çalışmalar, katılımcılara sorulan sorular ve araştırmaların sonuçları incelendiğinde kısmen de olsa “Toplumun düzeni mi korunmalıdır yoksa bireyin özgürlüğü mü” sorusuna bir cevap sunması bakımından önemlidir.

İnternet sansürü ile ilgili olarak yapılmış 2 lisansüstü tez çalışması mevcuttur. Bunlardan ilki bir üst paragrafta bahsi geçen “Erişim Engellenmiştir: Kültürel Değerler, İnternet Sansürü ve Sivil Katılım Göstergeleri” ikincisi ise “Medya ve İfade Özgürlüğü Bağlamında İnternet Sansürü: Elektronik İletişim Web Sitelerinin İncelenmesi” adlı lisansüstü tezlerdir. İkinci çalışmada araştırmacının kendi ifadesinde de belirtildiği gibi Facebook, Twitter, Youtube, Google, Wikipedia, LinkedIn vb. platformlarda sansürün uygulanış durumu şeffaflık raporu dahilinde ele alınmıştır. İletişim sistemlerinin günden güne elektronik ortamlara taşınmış olması ve sosyal medya aracılığı ile neredeyse internete bağlanabilen her bireyin birer içerik üreticisi haline gelmiş olduğu göz önünde bulundurulacak olursa konu güncel içeriği nedeniyle önem taşımaktadır.

Çalışmamıza dahil ettiğimiz son lisansüstü tezler ise “Pakistan’daki Medya Ortamı ve İzleyicilerin PEMRA’ya Şikayetleri Üzerinden Sansür” ve “Türkiye ve Kuzey Kore Medyalarında Sansür Olgusunun Karşılaştırmalı Analizi” adlarını taşımaktadır. Öncelikle belirtmek gerekir ki Türkiye’de sansür ile ilgili hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin büyük bir çoğunluğunun yerel ölçekli olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu çalışmalar literatüre sağladığı katkı bakımından oldukça değerlidir.

“Pakistan’daki Medya Ortamı ve İzleyicilerin PEMRA’ya Şikayetleri Üzerinden Sansür” adlı lisansüstü tez çalışmasında 2015 yılının belirli aylarında Pakistan Elektronik Medya Düzenleme Kurumuna gelen şikayetler değerlendirilerek Pakistan halkının kültürel hassasiyetleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu ve benzeri lisansüstü tezlerin sayısının artması sansür olgusuna daha evrensel bir perspektiften bakabilmeyi ve Türkiye’deki sansür ile karşılaştırma yapılabilmesi bakımından önemlidir. “Türkiye ve Kuzey Kore Medyalarında Sansür Olgusunun Karşılaştırmalı Analizi” adlı çalışma ise doğrudan kendi içerisinde iki ülkeyi sansür bağlamında karşılaştırmıştır. Bu iki çalışmanın temel farkı ilkinde halkın sansür talebinin dile getirilmiş olması, ikincisinde ise medyanın haberleri ne şekilde sansürleyerek halka arz ettiğidir. Dikkat çeken bir başka detay ise her iki çalışmanın sahibinin de yabancı

uyruklu olması ve muhtemelen adı geçen ülkelerin dillerine hâkim olmalarının bu çalışmaların doğmasını sağlamış olduğudur.

Çalışmamıza dahil ettiğimiz tezlerin literatür özelliklerini incelediğimizde seçilen konunun ihtiva ettiği döneme veya temaya göre yerli ve yabancı araştırma eserleri, süreli yayınlar ve elektronik kaynaklara atıflar yapıldığını görmekteyiz. Özellikle doğrudan sinema alanındaki sansürü ele alan tez çalışmalarında giriş kısmında veya sansürün tarihçesinin ele alındığı bir bölümde en fazla<sup>11</sup>, Tayfun Akgüner, Nilgün Abisel, Pertev Bilgen, Atilla Dorsay, Alim Şerif Onaran, Nijat Özön, Ağâh Özgüç, Giovanni Scognamillo, Özkan Tikveş'in yayınlarına atıf yapılmıştır. Basın alanındaki sansürü ele alan tez çalışmalarında ise en fazla, Hıfzı Topuz, Server İskit, M. Nuri İnuğur, Alpay Kabacalı, Orhan Koloğlu ve Gülseren Adaklı'nın yayınları kullanılmıştır. Konu olarak Türkiye'deki sansürü, süreç olarak da Cumhuriyet Dönemi'ni inceleyen tezlerde hatıratların kullanımı oldukça yaygındır. Teknolojinin gelişmesiyle basılı kaynaklarla birlikte elektronik kaynakların kullanımının 2010 senesinden sonra hazırlanmış olan tezlerde yaygınlaştığını söylemek mümkündür. Bu kapsamda en fazla süreli yayınlar, kanunlar, kararnameler ve meclis tutanakları gibi resmî belgelerin internet aracılığı ile elde edildiği görülmektedir.

Kaynakça değerlendirmesi yapılırken dikkat çeken bir başka husus da Türkçe olarak hazırlanan tezlerin neredeyse tamamında yabancı kaynak kullanımının kısıtlılığıdır. Kaynakçalarda nadiren de olsa yer alan yabancı dildeki araştırma eserlerinin de çoğunlukla İngilizce kaynaklar olduğu görülmektedir. Dikkat çekici bir başka husus ise arşiv malzemelerinin birkaç tez dışında hiç kullanılmamış olmasıdır. Sonuç olarak ifade edilebilir ki kaynakça hususunda tezlerin bir kısmı yeteri kadar zengin ve çeşitli olmanın uzağında bulunmaktadır.

## 5. Sonuç

Türkiye'deki üniversitelerde çalışılmış olan sansür konulu lisansüstü tezler hakkında bir profil oluşturmayı amaçladığımız bu makalede 1990-2020 yılları aralığında Sosyal Bilimler, Güzel Sanatlar ve Lisansüstü Eğitim Enstitülerinde hazırlanmış 46 lisansüstü tez çalışması tespit edilmiştir. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi veri tabanından edinilen bilgiler doğrultusunda enstitü, ana bilim dalı ve kategorileri esas alınarak içerik analizine dayanan bir çalışma ortaya konulmuştur. Tezlerin ana bilim dallarına göre doğrudan

---

<sup>11</sup> Yazar isimleri atf alma oranına göre sıralanmıştır.

sıralanmamış olmasının nedeni üniversitelerin neredeyse aynı diyebileceğimiz programlara çoğunlukla yakın ama farklı isimler vermiş olması ile alakalıdır.

Belirtmek gerekir ki değerlendirmeye aldığımız lisansüstü çalışmalar sansür tarihinin farklı yönlerine katkı sağlamaktadır. Bu çeşitlilik değerlendirmemizi zorlaştırmış olsa da Türkiye’de sansür tarihi yazımına ışık tutması bakımından önemlidir. Çalışmaların tamamı değerlendirildiğinde ortaya çıkan en net sonuç yapılan tezlerin önemli bir kısmının Türkiye’nin sansür tarihini aydınlattığı doğrultusundadır.

Sansür ile ilgili yapılan lisansüstü tez çalışmaları içerisinde yoğunluk sinema alanındadır. İkinci sırada ise basın ve gazetecilik alanındaki sansür ile ilgili tez çalışmaları yer almaktadır. Tezlerin içeriklerinde en fazla irdelenen konular: Sansürün sınırlarının nerede başladığı nerede bittiği bunun ortaya konan ürünü (gazete, kitap, film, oyun, resim, heykel vb.), gazeteciyi, yönetmeni, sanatçıyı, oyuncuyu, okuyucu ya da seyirciyi nasıl etkilediği, bireysel hak ve özgürlüklerin bu durumdan nasıl etkilendiği ve ifade özgürlüğüdür.

Tezlerin nitelikleri ile alakalı sayısal bir değerlendirme yaptığımızda şu rakamlar karşımıza çıkmaktadır. İncelemiş olduğumuz tezlerin 32’si Türkiye’deki sansürü çeşitli yönleriyle incelerken 14’ünün konusunun odak noktası Türkiye’deki sansür ile ilgili değildir ve çalışmamıza dahil ettiğimiz 3 doktora tezi de bu grup içerisinde. Tezlerin 35’i Türkçe, 11’i İngilizce olarak hazırlanmıştır. İngilizce olarak hazırlanmış tezlerin 7’sinin konusu Türkiye’deki sansürün çeşitli yönleridir. Yabancı dilde hazırlanan tezlerin kaynakçalarında ağırlıklı olarak yabancı dildeki kaynaklar kullanılmıştır. Türkçe tezlerde ise yabancı dilde kaynak kullanımı oldukça kısıtlıdır.

Sonuç olarak belirtmek gerekir ki sansür tarihi insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Yasaklamaya gerek kalmaması için bir çeşit ön yasaklama ya da denetleme faaliyeti olarak niteleyebileceğimiz sansür konusu bütün dünyada akademik camia içerisinde güncelliğini korumaktadır. Türkiye’de bu kapsamda ilk lisansüstü tezler 1990 yılında yapılmış, 2011 yılından itibaren çalışmaların sayısı hızla artmış ve çeşitli ana bilim dallarına yayılarak farklı boyutlarıyla ele alınmıştır. Çağımızın bir iletişim çağı olduğu göz önünde bulundurulacak olursa ve internetin olduğu yerlerin günden güne yaygınlaştığı düşünülürse, bir cihaz ve internet bağlantısı olan herkesin aynı zamanda bir içerik üreticisi haline geldiği günümüzde sansür konusunun daha da popüler hale gelmesi kaçınılmazdır. Özellikle son zamanlarda hükümetlerin sosyal medyayı kontrole alma yönündeki düzenlemelerinin her biri sansüre yeni konular yaratacaktır. Dolayısıyla diyebiliriz ki önümüzdeki yıllarda internet

sansürü pek çok yönü ile akademik çalışmalara konu olabilecek durumdadır. Bunun dışında film sansürü de sinema ve televizyon sektörü var oldukça hayatımızda olmaya devam edecektir ve özellikle yukarıdaki tez çalışmalarında da örneklerini gördüğümüz gibi belli bir konunun, yönetmenin ya da oyuncunun sansürlendiği pek çok çalışmanın yapılması mümkündür. Geriye dönük olarak eksik konulardan bir başkası da Türkiye’deki film sansürünün 1930 senesine kadar yazılmış net bir tarihinin olmamasıdır. Bu alanda tatmin edici bir çalışma yapılabilirse alana güzel bir katkı sağlayacağı kesindir.

### Kaynakça

- Arolat, O. S. (1978). Türkiye basın tarihinde 120 yıllık baskı dönemi. *Yurt ve Dünya*, (8), 280-284.
- Aydoğan, B. (2003). Namık Kemal’in Magosa sürgünlüğü. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(12), 15-28.
- Baldini, M. (2000). *İletişim Tarihi*, (çev. G. Batuş). İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Bardakçı, M. (2009). *Osmanlı’da Seks*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Birinci, A. (1995). Hassas bir mevzuda “başlangıçtan günümüze Türkiye’de basın sansürü” hassasiyetten uzak bir kitap. *Kebikeç*, (1), 91-96.
- Cohen, K. F. (2004). *Forbidden animation: censored cartoons and blacklisted animators in America*. Amerika: MacFarland & Company, Inc., Publishers Jefferson, North Carolina, and London.
- Çakı, G. (2020). İkinci Dünya Savaşı’nda Radyo Yayınlarında Uygulanan Sansürün Propaganda Posterlerine Yansıması. *TRT Akademi*, 5(9), 250-269.
- Çelik, Y. (2005). *Toplumsal ve tarihsel boyutlarıyla İngiliz tiyatrosunda sansür*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İngiliz Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Erzurum.
- Ertuğ, H. R. (1955). *Basın ve yayın tarihi*. İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- Evrenos, H. (1999). Türk basınında sansür. *Belgelerle Türk Tarihi Dergisi*, (30), 87-94.
- Habora, B. (1984). *Sansür ortak kitap*. Türkiye: Yazarlar ve Çevirmenler Yayın Üretim Kooperatifi.
- Hürriyet, 2001: 29 Ocak, Tarihi notlar.
- İnuğur, M. N. (2002). *Basın ve Yayın Tarihi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Küçük, S. (1995). Enderunlu Fazıl. İstanbul: TDV İslam Ansiklopedisi, 188-189.
- Nalcıoğlu, B. U. (2013). *Osmanlı’da muhalif basının oluşumu*. İstanbul: Yeditepe Yayınları.
- Özgüç, A. (1990). *Başlangıcından bugüne Türk sinemasında ilk’ler*. İstanbul: Yılmaz Yayınları.
- Özön, N. (1964). *Sinema El Kitabı*. İstanbul: Elif Yayınları Baha Matbaası.

- Öztürk, S. (2006). Türk Sinemasında İlk Sansür Tartışmaları ve Yeni Belgeler. *Galatasaray İletişim*, (5), 47-76.
- Özuyar, A. (2008). *Sinemanın Osmanlıca serüveni*. Ankara: De'ki Basım Yayın.
- Tikveş, Ö. (1968). *Mukayeseli hukukta ve Türk hukukunda sinema filmlerinin sansürü*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Türk Dil Kurumu. (1969). *Türkçe sözlük*. Ankara: TDK.
- Şaşmaz, H. (2019). Tanzimat Dönemi'nden 1960'lara Türk tiyatrosunda politik öğeler. *Tykhē Sanat ve Tasarım Dergisi*, 4(7), 443-461.
- Şener, E. (1979). İlk filmlerimiz. *Kurgu*, 1(1), 80-97.
- Şener, S. (2006). *Dünden bugüne tiyatro düşüncesi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Ünlü, A. (1995). *Türk Tiyatrosunda sansür ve oto-sansür olgusu (1980-1990)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). 9 Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tiyatro Ana Sanat Dalı, İzmir.
- Yılmaz, N. (2013). Sur İçi ve Üsküdar'da Batı müziği mekanları. *İstanbul Araştırmaları Yıllığı*, 2(2013), 183-188.

### Ek:1 Türkiye’deki Üniversitelerde Çalışılmış Olan Sansür Konulu Lisansüstü Tezler Listesi

No	Tez Adı	Üniversite	Enstitü/anabilim dalı- ana sanat dalı	Dili	Tarih
1	Basın Özgürlüğü- Sansür ve Ülkemizdeki Görünümü	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Ana Bilim Dalı Belirtilmemiş	Türkçe	1990
2	Film Sansürü ve Belirli Sistemler İçinde Türk Film Sansür Sisteminin Durumu	Marmara Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Ana Bilim Dalı	Türkçe	1990
3	Türk Sinemasında Sansür Konusuna Bir Yaklaşım (Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kurulunun İşlev ve Etkileri)	Ankara Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı	Türkçe	1995
4	Türk Tiyatrosunda Sansür ve Oto-Sansür Olgusu (1980-1990)	Dokuz Eylül Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Tiyatro Ana Sanat Dalı	Türkçe	1995
5	Türkiye’de Sinema Filimleri ve Sansür	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Türkçe	1996
6	Basının Haber Verme Hakkı ve Sansür	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Kamu Hukuku Ana Bilim Dalı	Türkçe	1997
7	Toplumsal ve Tarihsel Boyutlarıyla İngiliz Tiyatrosunda Sansür (Doktora Tezi)	Atatürk Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/İngiliz Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı	Türkçe	2005
8	Sansür Kavramı Çerçevesinde İliştirilmiş Gazetecilik	Gazi Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Radyo Televizyon Sinema Ana Bilim Dalı	Türkçe	2008
9	Günümüz Türkiye’inde Görsel Sanatlara Uygulanan Sansür ve Siyasi Göstergeleri: İstanbul’da 2002-2009 Yılları Arasında Gerçekleşen Dört Vakanın Analizi	Sabancı Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Ana Bilim Dalı Belirtilmemiş	İngilizce	2009
10	Türk Sinemasında Sansür ve Metin Erksan Örneği	Selçuk Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Radyo Televizyon Ana Bilim Dalı	Türkçe	2010
11	12 Eylül 1980 Döneminde Türkiye’de Basın Özgürlüğü ve Sansür	Gazi Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Türkçe	2011
12	“South Park” Çevirisinde Sansür Üzerine Betimleyici Bir Çalışma	Hacettepe Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Çeviribilim Ana Bilim Dalı	İngilizce	2011
13	Türk Sinemasında Sansür	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı	Türkçe	2011
14	Amerikan Film Sansür Yasası Olarak Yapım Yönetmeliği’nin	Dokuz Eylül Üniversitesi	Güzel Sanatlar Enstitüsü/Sinema Televizyon Ana Sanat	Türkçe	2012

	Doğuşu ve 1948 Yılına Kadar Kara Film Üzerindeki Etkisi (Doktora Tezi)		Dalı		
15	Medya ve Siyaset İlişkisi İçerisinde Türkiye’de Gazetecilik ve Sansür	Kadir Has Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı	Türkçe	2012
16	Erişim Engellenmiştir: Kültürel Değerler, İnternet Sansürü ve Sivil Katılım Göstergeleri	İstanbul Bilgi Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Medya ve İletişim Sistemleri Ana Bilim Dalı	İngilizce	2012
17	Türk Sinemasında Sansür ve Etkileri (Sanatta Yeterlik Tezi)	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Sinema Televizyon Ana Sanat Dalı	Türkçe	2013
18	Türk Sinemasında Toplumsal Gerçekçilik Akımı ve Sansür (1960-1970 Dönemi)	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Türkçe	2013
19	Sanatta Sansür:Tahakküm, Tahammül, Tahrik	Atatürk Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Resim Ana Sanat Dalı	Türkçe	2013
20	Yönetmen Olarak Yılmaz Güney Filmlerine Uygulanan Sansür Olgusu	Maltepe Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Türkçe	2014
21	Tutuklu Gazeteciler Kapsamında İfade Özgürlüğü, Sansür ve Otosansür Kavramlarının İncelenmesi	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Türkçe	2014
22	Çeviride Sansüre Eleştirel Söylem Çözümlemesi Perspektifinden Bir Bakış: Vaka Çalışması Olarak Grey Wolf’un Türkçe Çevirileri	Hacettepe Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Mütercim Tercümanlık Ana Bilim Dalı	İngilizce	2014
23	Yazılı Basında Sansür ve Oto-Sansür: 28 Şubat Süreci ve AKP İktidarı Dönemi Karşılaştırmalı Analizi	İstanbul Bilgi Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Medya ve İletişim Çalışmaları Ana Bilim Dalı	İngilizce	2014
24	Sanata Sansürün Platon’daki Felsefi Nedenleri	Yıldız Teknik Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Felsefe Ana Bilim Dalı	Türkçe	2016
25	Türkiye’de Çeviri, Müstehcenlik ve Sansür: Popüler Erotik Edebiyat Çevirmeni ve Patronu Olarak Avni İnel	Dokuz Eylül Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Mütercim Tercümanlık Ana Bilim Dalı	İngilizce	2016
26	Pakistan’daki Medya Ortamı ve İzleyicilerin PEMRA’ya Şikayetleri Üzerinden Sansür	Yaşar Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/İletişim Anabilim Dalı	İngilizce	2016
27	20 ve 21. Yüzyıl İngiliz Tiyatrosunda Sansür: Temsiller ve Tepkiler (Doktora Tezi)	Ankara Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/İngiliz Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı	İngilizce	2017
28	Tanzimat Dönemi İstanbul Basınında	Sakarya Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Tarih	Türkçe	2017



	Sansür		Anabilim Dalı		
29	II. Abdülhamid Dönemi Sansürünün Edebiyattaki Yansımaları	Gazi Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı	Türkçe	2017
30	Film Festivallerinde Belgeseller ve Sansür: Yeryüzü Aşkın Yüzü Oluncaya Dek ve Bakur	Marmara Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	Türkçe	2017
31	Medya ve İfade Özgürlüğü Bağlamında İnternet Sansürü: Elektronik İletişim Web Sitelerinin İncelenmesi	Kocaeli Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı	Türkçe	2018
32	12 Eylül 1980 Askeri Darbe Döneminde Cumhuriyet, Hürriyet ve Tercüman Gazetelerindeki Sansür/Oto-Sansür Uygulamaları	Çankaya Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Siyaset Bilimi Ana Bilim Dalı	Türkçe	2018
33	Türkiye’de 2000 Yılından Sonra Heykele Uygulanan Sansür ve Sanatçının Tutumu	Akdeniz Üniversitesi	Güzel Sanatlar Enstitüsü/Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı	Türkçe	2019
34	İstanbul Üniversitesi Merkez Kütüphanesi (İÜMK) Kullanıcılarının Kitap Yasaklamalarına ve Sansüre Karşı Tutumları	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Bilgi ve Belge Ana Bilim Dalı	Türkçe	2019
35	II. Abdülhamid Döneminde Kitaplar Üzerinde Sansür Uygulamaları (1876-1909)	Pamukkale Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Tarih Anabilim Dalı	Türkçe	2019
36	Sansür Bağlamında Türkiye’de Siyaset ve Sinema İlişkisi	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı	Türkçe	2019
37	Türkiye ve Kuzey Kore Medyalarında Sansür Olgusunun Karşılaştırmalı Analizi	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Gazetecilik Ana Bilim Dalı	Türkçe	2019
38	İfade Özgürlüğü Bağlamında Gazetecilikte Sansür ve Otosansür Araştırması	Yaşar Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/İletişim Ana Bilim Dalı	Türkçe	2019
39	Türkiye’de Plastik Sanatlar Alanında Sansür ve Liberal Sansür Kavramına Marksist Eleştirisi Bağlamında Dört Örnek Olay İncelemesi	İstanbul Kültür Üniversitesi	Lisansüstü Eğitim Enstitüsü/Sanat Yönetimi Ana Bilim Dalı	Türkçe	2019
40	Sansür ve Özdeşimsellik:	Marmara Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Radyo	Türkçe	2019

	2008-2015 Yılları Arasında Televizyonda Yayınlanan Filmlerde Sansür Uygulamaları		Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı		
41	İulius-Claudius'lar Dönemi Roma Yazınında Sansür Uygulamaları	İstanbul Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Tarih Anabilim Dalı	Türkçe	2020
42	Toplumsal Hafıza, Belgesel, Sansür: Bakur Örneği	Marmara Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı	İngilizce	2020
43	İran Sinemasında Sansür: Kadın Temsiline Yönelik Çözümleme	Anadolu Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Sinema Televizyon Ana Bilim Dalı	Türkçe	2020
44	Televizyonda Yayınlanan Filmlerdeki Sansürün İzleyicinin İzleme Motivasyonu Üzerindeki Rolü	Atılım Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Ana Bilim Dalı	Türkçe	2020
45	İşgal Altındaki İstanbul'da Sansür: Tasvîr-i Efkâr Gazetesinin İncelenmesi	Sabancı Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Sosyal Bilimler Ana Bilim Dalı	İngilizce	2020
46	Jack Kerouac'ın Yolda Adlı Eserinin Türkçe Çevirilerinde Sansür Üzerine Betimsel ve Karşılaştırmalı Çalışma	Atılım Üniversitesi	Sosyal Bilimler Enstitüsü/Mütercim Tercümanlık Ana Bilim Dalı	İngilizce	2020

## EXPLAINING THE RISE OF *ALTERNATIVE FÜR DEUTSCHLAND* (AFD) IN GERMANY WITH FAILED PROMISES OF UNIFICATION

Fatih Çağatay CENGİZ<sup>1</sup>

### Abstract

The purpose of this paper is to explain the rise of a far-right political party, *Alternative Für Deutschland* (AfD), particularly in the eastern part of Germany, in relation to the failed promises of Unification in 1990. Despite the fact that a plethora of literature has primarily focused on the social consequences of immigration and populist rhetoric for the rise of the AfD in German politics since 2013, the paper critically questions why the AfD has a particularly stronghold in Germany's *Neuen Länder* (New States). The paper suggests, based on a political economy analysis that incorporates Durkheim's theory of anomie, that the gradual withdrawal of early euphoria in German Unification and its transformation into economic grievance and political distrust under neoliberalism has created anomic tensions in society, a condition that far-right politics can exploit. In other words, while German unification created euphoric expectations for the future, these expectations were not met under neoliberal conditions. It is, therefore, concluded that the persistence of unequal economic power between East and West Germany, as well as political underrepresentation of Eastern Germans, has exacerbated anomic tensions. As a result, the rise of the AfD is not a pathological issue, but rather can be explained in terms of unmet social demands among Germans.

**Keywords:** AfD, Far-Right, Anomie, German Unification, Neoliberalism

**Jel Codes:** D72, D74, Z13

## BİRLEŞMENİN GERÇEKLEŞMEMİŞ VAATLERİ ÜZERİNDEN AFD'NİN (*ALTERNATIVE FÜR DEUTSCHLAND*) ALMANYA'DAKİ YÜKŞELİŞİNİ AÇIKLAMAK

### Öz

Bu çalışmanın amacı, *Alternative Für Deutschland* (Almanya için Alternatif, AfD) adlı aşırı sağ siyasi partinin özellikle Almanya'nın doğu bölgelerindeki yükselişini, iki Almanya'nın 1990 yılındaki birleşmesinin gerçekleşmeyen vaatleri üzerinden açıklamaktır. Kurulduğu 2013 yılından bu yana, AfD'nin Alman siyasetindeki yükselişi, literatürde her ne kadar popülist retorik ve göçün toplumsal sonuçları üzerinden açıklanıyor olsa da, bu çalışma AfD'nin *neden* özellikle Almanya'nın *Neuen Länder* (Yeni Eyaletler) olarak geçen coğrafyada güçlü olduğunu eleştirel bir biçimde sorgulamaktadır. Durkheim'in anomi teorisini içeren ekonomi politik bir analize dayanan bu çalışma, iki Almanya'nın birleşmesiyle ortaya çıkan öforinin (yoğun coşku) zamanla geri çekilmesinin ve bu çekilmenin neoliberalizm altında ekonomik ve politik memnuniyetsizliğe dönüşmesinin toplumda anamik gerilimler yarattığını, bu gerilimlerin de aşırı sağın kullanımına uygun bir ortam hazırladığını iddia etmektedir. Diğer bir anlatımla, iki Almanya'nın birleşmesi her ne kadar gelecek için öforik beklentiler yaratsa da, neoliberal koşullar altında bu beklentiler karşılanamamıştır. Doğu Almanya'da yaşayanların yetersiz politik temsilinin ve Doğu-Batı Almanya arasındaki eşitsiz ekonomik gücün sürekliliğinin toplumdaki anamik gerilimleri arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Böyle bir ortamda, AfD'nin yükselişinin patolojik bir sorun olmadığı, söz konusu yükselişin ancak Almanların gerçekleşmeyen toplumsal taleplerinin göz önüne alınarak açıklanabileceği iddia edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** AfD, Aşırı Sağ, Anomi, İki Almanya'nın Birleşmesi, Neoliberalizm

**Jel Kodu:** D72, D74, Z13

<sup>1</sup> Assoc. Prof., PhD, Ondokuz Mayıs University, Department of Political Science and Public Administration, [cagatay.cengiz@omu.edu.tr](mailto:cagatay.cengiz@omu.edu.tr), ORCID: 0000-0002-8582-2665

## 1.Introduction

In a *Mannheimer Morgen* interview in 2016, Frauke Petry, former head of the right-wing populist *Alternative für Deutschland* (Alternative for Germany, AfD) stated that border guards “must prevent illegal border crossings and even use firearms if necessary” (*Deutsche Welle*, 2016). She also emphasized in another interview conducted by *Spiegel* by contending that “One thing is clear: The immigration of so many Muslims will change our culture. If this change is desired, it must be a product of a democratic decision supported by a broad majority. But Ms. Merkel simply opened the borders and invited everybody in, without consulting the parliament or the people” (*Spiegel*, 2016).

It was clear that the AfD saw the refugee crisis as a ‘social problem’ and an anomaly that posed an unwelcome and implicit threat to German society. As a result, as widely argued in the literature, Merkel's 2015 decision to allow nearly one million refugees to enter Germany sparked the rise of the right-wing AfD and PEGIDA (*Patriotische Europäer gegen die Islamisierung des Abendlandes*, Patriotic Europeans Against the Islamicization of the Occident), which long for the days when Germany was culturally and ethnically homogeneous. As a result, taking into account the results of the 2017 and 2021 federal elections, the AfD appears to be stabilizing its votes in eastern Germany (See Figure 1 below). It is also worth noting that the AfD has gained more than 20% of voters in former German Democratic Republic states in the 2021 federal elections. In particular, while the AfD under Alexander Gauland and Alice Weidel received 12.6% of votes in the 2017 German federal elections with nearly 6 million voters, the party under Alice Weidel and Tino Chrupalla received 10.3% of votes in the 2021 federal elections with nearly 5 million voters.

As a complementary contribution to the mainstream literature, which focuses on the political consequences of Merkel's 2015 decision to allow refugees into Germany for the rise of the AfD, this paper seeks to understand why the AfD has been more successful in the east of Germany. In other words, it explains why a specific geography in Germany is more susceptible to right-wing rhetoric. As a result, it provides a Durkheimian-based political economy analysis, arguing that the rise and stabilization of AfD votes, primarily in eastern Germany, is the result of German reunification contradictions in 1990. It contends that the absorption of East Germany by West Germany has resulted in an anomic and fragmented society that reaffirms its threatened self-identity in the rise of far-right politics. The paper first provides a brief overview of the literature on the rise of the AfD before introducing a complementary, if not alternative, explanation for its rise. It concludes by following a theoretical framework on anomie that the

'failed expectations' of 1990, combined with unequal economic power between East and West, created an uncertain future for eastern Germans, which the AfD exploited.

## **2.The 'Issue' of the AfD in German Politics**

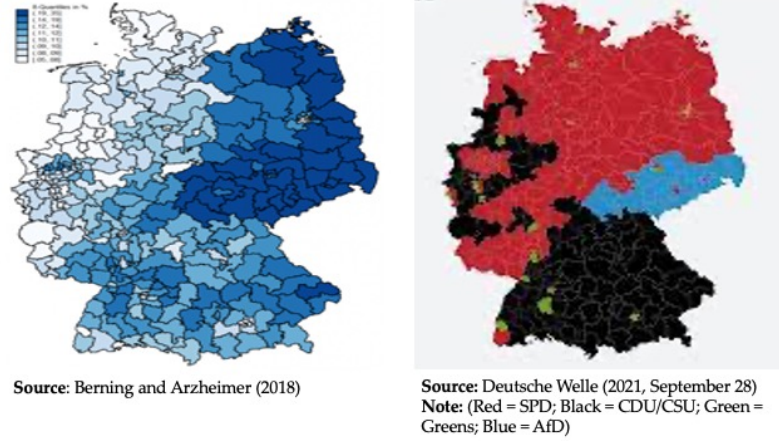
The political shock of the AfD's electoral performance in the 2017 federal election contributed to the proliferation of literature on the reasons for its electoral performance (Arzheimer and Berning, 2019; Decker, 2016; Lees, 2018; Goerres, Spies, and Kumlin, 2018). The consensus on the rise and subsequent radicalization of the AfD in German politics was generally associated with the consequences of 2009 Euro-crisis, shift towards a more hardline leadership, and the manner of Angela Merkel to handle 2015 refugee crisis (Lees, 2018). Initial explanations for the AfD's foundation dated back to divergent reflections of the European debt crisis on German politics since 2009. While Chancellor Merkel (2005-2021) maintained the importance of a single currency for a democratic and free Europe and thus opted for bailouts (Grimm, 2015: 267), she was criticized by the media and economic experts for disrupting Germany's economic stability culture and for the European Central Bank's decision to pursue a loose monetary policy, which would lead to inflation in Germany. According to Robert Grimm (2015), the rise of the AfD as a party of professors and experts was the result of a political void in the Bundestag that would challenge Merkel's Euro-rescue and pro-European policies. Meso level researches, on the other hand, analyzed the party electorate, claiming that "the median AfD voter in the federal election is male, over 30 years old wealthier than the German average and averagely educated" (Siri, 2018: 142). More specifically, it is concluded that the AfD received its support mainly from precarious workers, wealthier middle classes, traditional supporters who pride on German legacy and have doubts about rapid social change as well as the role of Islam and immigration in Germany (Lees, 2018: 303). Moreover, macro level analyses for the rise of the AfD and other far right movements such as PEGIDA, which was recognized by the AfD leader Alexander Gauland as "natural ally", seem to concentrate on their ideology. While Havertz (2021: 5) analyzes the AfD's 'volkish nationalism' that insists on "ethnicization and the subsequent essentialization of the assumed characteristics of certain groups in society", Vorländer, Herold, and Schäller (2018: 184) decipher the discourse of PEGIDA that reflects a "decoupling of democracy as a representative political decision-making system and democracy as a social way of life". When the party's electors are examined, it is clear that it primarily appeals to people with a lower secondary education, people living in the countryside, and men (*Deutsche Welle*, 2021). David Patton, on the other hand, scrutinizes the AfD's radicalization, arguing that when the party suffered an electoral loss, party hardliners

refused to accept it and instead proposed a more radical program based on a right-wing social movement. Furthermore, this program was bolstered by a change in party composition in 2015, when Bernd Lucke, one of the AfD's founders, lost the party leadership to Frauke Petry. Petry then used external factors like the refugee crisis and terrorist attacks in Europe to justify the party's radical and extreme-right wing program (Patton, 2017). As a result, the AfD is viewed as a pragmatic right-wing political party that has radicalized its rhetoric in response to changes in the political and social arenas, according to this analysis.

However, these analyses are silent to explain why the AfD is particularly powerful in the *eastern* part of Germany. Moreover, the mainstream analysis which tries to explain this puzzle focus on *only* earlier authoritarian political character of the eastern part of Germany in such a way that Marco Wanderwitz, the government's commissioner for eastern Germany, said in *Frankfurter Allgemeine Zeitung* that "We are dealing with people who have partly been socialized by a dictatorship in such a way that they haven't yet arrived in democracy even 30 years later" (*Deutsche Welle*, 2021, September 27).

It should be noted first and foremost that the far right has never been eradicated, if not contained, in Germany since the end of WWII. It appeared as 'waves' in the 1950s, 1960s, and 1970s. The first wave can be traced back to 1949, with the formation of the Socialist Reich Party of Germany, which was banned in 1952 (McGowan, 2014: 148). The second wave was the establishment in 1964 of the National Democratic Party of Germany (NPD), which is still a marginal party but was able to win one seat in the European Parliament in 2014. Indeed, elected Udo Voigt, former leader of the NPD from 1996 to 2011, is well-known for nominating Adolf Hitler's secretary and deputy Rudolf Hess for the Nobel Peace Prize in 2007 (*Spiegel International*, 2007, August 24). And the third wave corresponded to the establishment of *Die Republikaner* in 1983 and *Deutsche Volksunion* (DVU) in 1987 (McGowan, 2014: 148). However, the rise of the AfD is a new phenomenon because it is also a result of the contradictions of German unification in 1990, with its voting power concentrated primarily in the east of Germany (Figure 1). Figure 1 shows that the AfD was especially successful in Germany's *Neuen Länder* (New States) in the 2017 and 2021 elections. As a result, understanding the rise of the AfD in those areas requires a political economy perspective that incorporates Durkheim's theory of anomie.

**Figure 1:** AfD's Voting Power in 2017 Elections and the AfD's Stronghold in 2021 Elections



### 3. Anomic Conditions for the Rise of the AfD in Germany

First and foremost, voters in eastern Germany have been suffering from economic anomie and frustration since the country's unification in 1990. Anomie is a term coined by French sociologist Émile Durkheim to describe a deviant social condition in which traditional social behavior and mechanisms are in conflict with society's new realities as a result of rapid economic transformation. Durkheim suggests in *The Division of Labour in Society* that the transition from organic to mechanical society creates a disequilibrium in the functioning of society. According to Durkheim, “if the division of labour does not produce solidarity it is because the relationships between the organs are not regulated; it is because they are in a state of *anomie*” (1984: 304). As a result, anomie is a pathological result of societal dysfunction in which connections between social organs are disrupted.

Similarly, Robert Merton defined anomie as an abnormal form of social deviance caused by a contradiction between culturally propagated goals and structural mechanisms (Merton, 1938). In other words, whereas Durkheim saw the rise of anomie as a result of the devastating effects of industrialization on society's regulatory mechanisms, Merton saw it as “the lack of regulation of the economy or lack of laws” (Cengiz, 2023: 4). Rosenfeld and Messner, on the other hand, upgraded the concept of anomie and developed an Institutional-Anomie Theory (IAT) in reference to the inconsistency of the ‘American Dream’. They contend that the American Dream compels individuals in a competitive environment to pursue material rewards without regard for non-material social institutions such as family, education, and government.

According to Rosenfeld and Messner, the values of achievement, individualism, universalism, and the fetishization of money underpin American culture, which would nonetheless produce an ethos of “anomic quest for success by any means” (Rosenfeld and Messner, 2019: 227). They argue, when these normative institutions fail to fulfill their social functions under the control of economic imperatives, society is conducive to crime (Cengiz, 2023: 4). From a very different socioeconomic context than United States, Nikos Passas (2000) highlights the collapse of the ‘post-Soviet Dream’, which created new normative and comparative referents with the West and resulted in economic crime. Passas (2000) claims that while Mikhail Gorbachev's *perestroika* (restructuring) and *glasnost* (openness) led to political and economic liberalization, it also created unrealistic expectations in Soviet Russia. Russian elites aspired to be a part of the 'civilized world' that was demonized during the Cold War, hoping that once structural reforms were implemented in Soviet Russia, the country would be prosperous and modernized. However, the end result was high unemployment, poverty, corruption, and looting of Soviet assets during privatization. Moreover, the “forceful and impressive presentations of consumerist lifestyles as “desirable”, “modern”, and feasible” equated economic modernization with ostentatious consumption (Passas, 2000: 29-30). As a result of unattainable dreams in a neoliberal market economy, “people who are not objectively deprived now feel relatively deprived” (Passas, 2000: 30). Not surprisingly, by combining Durkheim's theory of anomie with Karl Polanyi's criticism of disembedded market economy in which social relations are controlled by economic interests, Jón Gunnar Bernburg (2002: 737) concludes that contemporary social changes under unregulated neoliberalism and commodification of labor lead to an unconstrained ethic of profit maximization at the expense of professional values.

Taking Durkheimian theory of anomie into consideration, it is possible to argue that German unification in 1990 was a sudden shift from organic to mechanical society under unregulated neoliberalism, wreaking havoc on the social functioning of Eastern Germans. This inevitably resulted in anomic tensions, which can be attributed to a misalignment between the desired goals of unification and structural barriers to its institutional capacity to address economic insecurity. In other words, the rise of the AfD as a ‘alternative’ to the establishment is rooted in the region's historical and economic processes, where euphoria gave way to accumulated frustration.



Without a doubt, German unification in 1990 represented a tremendous hope for a better future, and the political elite attempted to mobilize the masses. As former Chancellor Helmut Kohl (1982-1998) put it in 1990, the euphoria of unification was tremendous:

“Nobody will be worse off but many better off. Only monetary, economic and social union offers the chance, indeed the guarantee, that living conditions shall change rapidly and improve thoroughly. By our joint efforts we will soon turn Mecklenburg-West Pomerania and Saxony-Anhalt, Saxony and Thuringia into thriving lands agreeable to live and work in” (as cited in Nick, 1995: 86).

Similarly, on 13 February 1991, *Süddeutsche Zeitung* corresponded with economics minister Jürgen Möllemann about increasing private investment, establishing new businesses, and decreasing unemployment as a result of the Strategy Upswing East, which would turn the euphoria into reality (in Jarausch and Gransow, 1994: 235). However, the unification did not produce the desired results, resulting in societal economic disequilibrium. In other words, the East underwent a massive neoliberal transformation as a result of the unification (Weisskircher, 2020: 617). According to Hanna Behrend, the *Treuhandanstalt*, an agency established to privatize *Volkseigene Betriebe* (GDR-owned public enterprises), was primarily responsible for the destruction of the East German economy through liquidation procedures:

“By the end of 1992 industrial production in East Germany sank to less than one-third of the 1989 figure, and, of the 4.1 million industrial jobs there had been, every second one was lost. By that date every fourth employable person in East Germany was out of a job, supplemented by those coerced into early retirement, or (particularly women) into accepting lower qualified employment. Mecklenburg-West Pomerania’s former status as an investment site moved down to rank 240 after Sicily according to one EC statistic. Crime rose to 300 per cent of its previous level, and the suicide rate to 180 per cent; the birth rate sank to 55 per cent, the rate of marriages to 50 per cent. Women were particularly seriously affected, with their unemployment at 65 per cent, only a little over 40 per cent being involved in temporary job-creation schemes” (1995: 11-12).

Following the unification, people's psyches were rocked by rapid economic change and its devastating consequences. Not surprisingly, when crime rates in eastern Germany began to rise after unification, people began to yearn for the pleasant, old, and authoritarian days of the previous socialist regime, whose authoritarian approach to education under Honecker had kept crime rates lower by harshly criminalizing offenders (Thomanek, 1995: 23).

Indeed, the disappearance of the GDR's 'culture of equality' exacerbated societal anomic tensions. It is unquestionably necessary to inquire to what extent the culture of equality was a "reality" in all areas of the GDR. Gender equality in terms of female labor force participation was, however, factual in the GDR. In 1989, for example, while women's labor force participation in West Germany was around 56%, it was around 90% in the East. Furthermore, unification resulted in the convergence of a conservative notion of "male breadwinner and female part-time caregiver" for East and West, referring to the fact that Eastern women did not benefit from the "dual earner-state caregiver" model anymore (Rosenfeld, Trappe and Gornick, 2004: 110-111). As Peter Schneider had argued in 1990:

“Regardless of how GDR-citizens now assess their forty-year experience, compared to the Federal Republic, they lived in a society of equals. It does not take much imagination to predict that their experiences may result in a social explosion. In an economic crisis east Germans will easily perceive themselves as second-class citizens. Given such a crisis, the culture of equality which they have inherited is undoubtedly more likely to provide a breeding ground for extreme right-wing populists than for left-wing agitators. In any case, there is bound to be a conflict” (as cited in Thomanek, 1995: 24-25).

Moreover, 'East-West divide' manifests itself in economic prosperity as well. GDP, overall economic development, internationalization, new technologies, R&D and innovation policy still concentrate in industrial zones of Germany such as Hamburg, Bremen, Hannover, Düsseldorf, Stuttgart, and Munich. 2021 Annual Report of the Federal Government also figures out, the economic power of the new federal states (*neuen Länder*), including Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen, Sachsen-Anhalt, and Thüringen, measured as GDP per employed person in 2020 was 77.9% of West German levels, showing that the gap between East and West continues (Annual Report of the Federal Government, 2021: 56).

Overall, the gap in GDP per person between the Old and New States persists, despite the fact that it has shrunk dramatically since unification. According to Table 1, GDP per person in the Old States was around 23.000 euros in 1991, but it was only 7.395 euros for the New States. In other words, eastern Germans produced and owned only one-third of western German prosperity. However, in 2020, when eastern Germans earned 30.000 euros, Western Germans earned around 42.000 euros, representing 70% of the latter's economic prosperity (Table 1).

**Table 1.** GDP in real terms per person, euro (1991-2020)

Year	Old States ( <i>Alte Länder</i> )	New States ( <i>Neuen Länder</i> )	Germany	Old States/New States
1991	22.767	7.395	19.829	32
1995	25.126	14.681	23.302	58
2000	27.840	16.792	25.892	60
2005	30.057	19.041	28.134	63
2010	33.573	22.418	31.942	66
2011	35.573	23.456	33.554	66
2012	36.163	24.072	34.135	67
2013	36.885	24.833	34.861	67
2014	38.193	25.997	36.149	68
2015	39.113	26.601	37.046	68
2016	40.140	27.306	38.067	68
2017	41.532	28.465	39.438	69
2018	42.586	29.127	40.485	68
2019	43.567	30.127	41.508	69
2020	41.940	29.553	40.088	70

**Source:** Annual Report of the Federal Government on the Status of German Unity (2021)

Nonetheless, it should be noted that these new states have begun to attract investment from the United States, China, and other countries. For example, investment projects such as Tesla, a US automobile and battery manufacturer, were directed to Brandenburg; CATL, a Chinese battery manufacturer, invested in Thuringia; and Vodaphone requested the construction of its new mobile communications development center in Dresden (Annual Report of the Federal Government, 2021: 56-57). Nonetheless, these investments, according to Weisskircher (2020: 618), did not scale down small towns but thrived in downtowns.

Furthermore, the divergent economic structures of the East and West are reflected in average gross hourly wages. In 2020, hourly wages in the new federal states (excluding Berlin) were 20.28 euros, while they were 26.26 euros in the old federal states (including Berlin). While employees in the new federal states are primarily employed in service sectors with low requirements and small and medium-sized businesses, employees in the old federal sectors are primarily employed in knowledge-intensive industries and service sectors (Annual Report of the Federal Government, 2021: 65). Furthermore, despite the fact that the gap between old and new federal states in terms of real estate and financial assets has narrowed significantly since 1993, households in the old federal states have assets worth around 182,000 euros on average,

while those in the new federal states have assets worth around 88,000 euros (Annual Report of the Federal Government, 2021: 69).

Neoliberal social security reforms in the 2000s also dampened the initial euphoria and exacerbated economic insecurity. In addition to the failed promises of German unification, the Schröder government instituted the Hartz Reforms between 2003 and 2005, with the goal of activating labor markets against welfare dependency. According to the model, the first-tier unemployment benefit system, *Arbeitslosengeld*, which previously funded 63-68 percent of previous income for 32 months, was reduced to eighteen months (later rose to two years). The second-tier unemployment benefit, *Arbeitslosenhilfe*, was converted into social assistance with a flat-rate benefit for those who could not receive the first tier (Starke, 2022: 311; Fervers 2018). It also became more difficult for unemployed workers to refuse available jobs; otherwise, they would be exempt from the benefit system, forcing them to work in low-skilled jobs (Fervers, 2018: 5). It was also ineffective for unemployed non-beneficiaries (UNB), as only 23% of UNB were able to find a part-time or full-time job between 2007 and 2008 (Betzelt, 2015: 7). Despite the fact that Hartz reforms were successful in lowering unemployment rates in Germany, they inevitably resulted in dissatisfaction with democracy and a preference for extremist parties (Fervers, 2018). The commodification of labor with the activation paradigm limits the individual autonomy that can be achieved through protection from humiliation, unfair treatment, and social exclusion (Bothfeld and Betzelt, 2011). Furthermore, the social protection scheme demonstrated a distinct labor market for Eastern and Western Germans. According to Table 2, the neoliberal transformation of the German labor market since 1993 resulted in a 5.2% decrease in socially insured employment. This decline, however, was unequally distributed between East and West Germany. While socially insured employment fell by 0.7% in Western Germany between 1993 and 2010, it fell by nearly 20% in Eastern Germany (Table 2). Overall, Hartz reforms prioritized the right to work over the right to welfare, reducing unemployment to an individual issue rather than a structural issue (Gook, 2018: 11).

**Table 2.** Cumulative change in socially insured employment, % (1993-2010)

	1993-2010	'93-'98	'98-'03	'03-'10
<b>Socially Insured Employment</b>	-5.2	-5.3	-3.8	4.1
West	-0.7	-4.2	-1.0	4.7
East	-19.6	-9.9	-13.2	2.8
Male	-10.4	-6.4	-6.0	1.9
Female	2.0	-3.9	-0.8	7.0

**Source:** Burda and Seele (2016:21)

Consequently, Weisskircher (2020: 615) shows, majority of East Germans 'perceive' themselves as second-class citizens. In 2016, 63% of East Germans felt attached to the GDR, up from 43% in 2012 (Kuper, 2021). The perception of being a "second-class citizen" was exacerbated by another fact, which is reflected in the political underrepresentation of Eastern Germans, resulting in a legitimacy and recognition problem. It can be demonstrated that eastern Germans are underrepresented in both the state bureaucracy and the private sector. For example, in eastern German courts, less than 10% of the high judiciary staff is equipped with eastern German ones. It is also predicted that eastern Germans make up less than 2% of the German elite (Weisskircher, 2020: 620). Not surprisingly, the legitimacy crisis has manifested itself in East Germany as the rise of regional identities over national and European ones. Similar to the political mobilization of masses against the GDR's authoritarian regime in 1989, the AfD has called for renewed protests, albeit with populist rhetoric. Reclaiming the sovereignty of pure and courageous people against the corrupt and sluggish elite, the AfD has evoked a nostalgic imagination in its campaigns, chanting "*Wende* 2.0," "The East rises up," "Accomplish the *Wende*," and, most importantly, "*Wir sind das Volk* (We are the People)", all of which remind and mobilize the resistant psyche of masses in 1989 protests in the opposite direction (Weisskircher, 2022: 93).

#### 4. Conclusion

Anomie, according to Durkheim, arises when social solidarity is disrupted and society ceases to fulfill its functions as a result of a sudden shift in the division of labor. In other words, "a state of anomie is impossible wherever organs solidly linked to one another are in sufficient contact, and in sufficiently lengthy contact" (Durkheim, 1984: 304). In other words, as defined by Passas (2000:20), "anomie is a withdrawal of allegiance from conventional norms and a

weakening of these norms' guiding power on behavior". As a result, this paper concludes that high but unmet expectations following Germany's unification in 1990 have resulted in anomic tensions. The paper first attempted to decipher the economic and political consequences of German unification in 1990, such as de-industrialization, unemployment, and the economic gap between the West and the East, using Durkheim's concept of anomie (Akman, 2019: 24). The paper briefly examined the extent to which dissatisfaction with the unification resulted in economic and political anomie, highlighting that economic disparity between East and West, retrenchment of the German welfare state labor market, and political underrepresentation of East Germans appear to be the main causes of anomic tensions for eastern Germans. Furthermore, it demonstrated that anomic tensions created a political environment conducive to being exploited by far-right politics in eastern Germany, where the AfD has a stronghold.

Taking this into consideration, the paper argued, the AfD essentially benefits from the evaporation of 'pipe dreams' following Unification, which crystallizes itself in the East-West divide. Initially opposing the consequences of the eurozone crisis when it was founded in 2013, the AfD now opposes anything related to the idea of 'European Union'. While clinging to the idea of national states and regional identities in opposition to federal Europe, the AfD attempts to reclaim people's sovereignty, albeit in a right-wing populist manner, against the corrupt political *nomenklatura* in Berlin and Brussels.

It is not surprising that, with the demise of class-based politics, people have gravitated toward identity politics, particularly in eastern Germany, where the AfD has grown (Akman, 2019). The AfD, on the other hand, successfully mobilizes the nostalgic past in which East Germans resisted the GDR in 1989 protests by chanting "*Wir sind das Volk.*" As a result, the AfD has successfully reversed the psyche of resistance and courage in order to oppose national/transnational elites and immigrants. The AfD, therefore, appears to uncover real causes of economic and political insecurity while mobilizing masses' dissatisfaction with neoliberalism and political elites into immigrants. Thus, it is not an exaggeration to argue that a far-right discourse on immigrants is instrumental in 'taming' popular discontent.

## References

- Akman, U. (2019). Rise of Right-Wing Populism in Europe? The Case of Alternative Für Deutschland (AfD) in Germany. Unpublished Master Thesis. Sabancı University, İstanbul.
- Annual Report of the Federal Government on the Status of German Unity. (2021). *Jahresbericht der Bundesregierung zum Stand der Deutschen Einheit*. <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Neue-Laender/2021-jahresbericht-der-bundesregierung-zum-stand-der-deutschen-einheit-jbde.html> (accessed 28 August 2022).
- Arzheimer, K. and Berning, C. (2019). How the Alternative for Germany (AfD) and their voters veered to the radical right, 2013-2017. *Electoral Studies*, 60, <https://doi.org/10.1111/spsr.12306>
- Behrend, H. (1995). Inglorious German Unification. In Behrend, H. (Ed.) *German Unification: The Destruction of an Economy* (pp. 1-34). London: Pluto Press.
- Bernburg, J. G. (2002). Anomie, Social Change and Crime: A Theoretical Examination of Institutional-Anomie Theory. *British Journal of Criminology*, 42(4): 729-742.
- Berning, C. and Arzheimer, K. (2008). The German Alternative für Deutschland (AfD). <https://www.score.uni-mainz.de/2018/02/24/the-german-alternative-fur-deutschland-afd/> (accessed 3 September 2022).
- Betzelt, S. (2015). The myth of more social inclusion through activation reforms: The case of Germany. Working Paper, No. 57/2015. Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, Institute for International Political Economy (IPE), Berlin.
- Bothfeld, S. and Betzelt, S. (2011). How do Activation Policies Affect Social Citizenship?. In Betzelt S., and Bothfeld, S. (Ed.). *Activation and Labour Market Reforms in Europe* (pp. 15-34). Palgrave Macmillan.
- Burda M. C. And Seele S. (2016). *No Role for the Hartz Reforms? Demand and Supply Factors in the German Labor Market, 1993-2014*. SFB 649 Discussion Paper, Sonderforschungsbereich 649, Humboldt University, Berlin, Germany.
- Cengiz, F. Ç. (2023). The Rise of the Right Wing Good Party (İYİP) in Turkey: Authoritarian Turn, Anomie, and Regulatory Nostalgia. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, <https://doi.org/10.1080/19448953.2023.2167183>
- Decker, F. (2016). “The Alternative for Germany”: Factors behind its emergence and profile of a new right-wing populist party. *German Politics and Society*, 34(2): 1-16.
- Deutsche Welle. (2016). German right-leaning AfD leader calls for police right to shoot at refugees. <https://www.dw.com/en/german-right-leaning-afd-leader-calls-for-police-right-to-shoot-at-refugees/a-19013137> (accessed 29 August 2022).
- Deutsche Welle. (2021, September 27). Germany’s far-right populist AfD: No gains, small losses. <https://www.dw.com/en/germanys-far-right-populist-afd-no-gains-small-losses/a-59330183> (accessed 29 August 2022).
- Deutsche Welle. (2021, September 28). Germany’s election results: Facts and figures. <https://www.dw.com/en/germanys-election-results-facts-and-figures/a-59343789> (accessed 27 August 2022).
- Durkheim, É. (1984). *The Division of Labour in Society*. Halls, W. D. (Trans.). Hampshire: Macmillan Press, (originally published 1893).
- Fervers, L. (2018). Economic miracle, political disaster? Political consequences of Hartz IV. *Journal of European Social Policy*, doi: 10.1177/0958928718774259
- Gook, B. (2018). Backdating German neoliberalism: Ordoliberalism, the German model and economic experiments in eastern Germany after 1989. *Journal of Sociology*, doi: [10.1177/14407833187590](https://doi.org/10.1177/14407833187590)

- Gorres, A., Spies, D., Kumlin, S. (2018). The Electoral Supporter Base of the Alternative for Germany. *Swiss Political Science Review*, 24(3): 246-269.
- Grimm, R. (2015). The rise of the German Eurosceptic party Alternative für Deutschland, between ordoliberal critique and popular anxiety. *International Political Science Review*, 36(3): 264-278.
- Havertz, R. (2021). *Radical Right Populism in Germany: AfD, Pegida, and the Identitarian Movement*. Oxon: Routledge.
- Jarausch, K. and Gransow, V. (1994). *Uniting Germany: Documents and Debates, 1944-1993*. Oxford: Berghahn Books.
- Kuper, S. (2021, September 16). The East-West divide still splits in Germany. *Financial Times*, <https://www.ft.com/content/d1f91478-92e0-4600-8781-ac1310601b3e> (accessed 1 April 2023).
- Lees, C. (2018). The ‘Alternative for Germany’: The rise of right-wing populism at the heart of Europe. *Politics*, 38(3): 295-310.
- McGowan, L. (2014). *The Radical Right in Germany: The Radical Right in Germany 1870 to the Present*. New York: Routledge.
- Merton, R. (1938). Social Structure and Anomie. *American Sociological Review*, 3(5): 672-682.
- Nick, H. (1995). An Unparalleled Destruction and Squandering of Economic Assets. In Behrend, H. (Ed.). *German Unification: The Destruction of an Economy* (pp. 80-118). London: Pluto Press.
- Passas, N. (2000). Global Anomie, Dysnomie, and Economic Crime: Hidden Consequences of Neoliberalism and Globalization in Russia and Around the World. *Social Justice*, 27(2): 16-44.
- Patton, D. F. (2017). The Alternative for Germany’s radicalization in historical-comparative perspective. *Journal of Contemporary Central and Eastern Europe*, 25(2): 163-180.
- Rosenfeld, R., Trappe, H. and Gornick, J. C. (2004). Gender and Work in Germany: Before and After Reunification. *Annual Review of Sociology*, 30: 103-124.
- Rosenfeld, R. and Messner, S. F. (2019). Crime and the American Dream: An Institutional Analysis. In Adler, and Laufer, W. S. (Ed.). *The Legacy of Anomie Theory* (pp. 218-247). London and NY: Routledge.
- Siri, J. (2018). The Alternative for Germany after the 2017 Election. *German Politics*, 27(1): 141-145.
- Spiegel International. (2007, August 24). NPD Leader Charged with Inciting Race Hate. <https://www.spiegel.de/international/germany/after-nominating-rudolf-hess-for-nobel-peace-prize-npd-leader-charged-with-inciting-race-hate-a-501910.html> (accessed 20 August 2022).
- Spiegel (2016). The Immigration of Muslims Will Change Our Culture. <https://www.spiegel.de/international/germany/interview-with-frauke-petry-of-the-alternative-for-germany-a-1084493.html> (accessed 1 April 2023).
- Starke, P. (2022). The German Welfare State. In Larres, K., Moroff, H., and Wittlinger, R. (Ed.). *The Oxford Handbook of German Politics* (pp. 304-322). Oxford: Oxford University Press.
- Thomaneck, J. (1995). From Euphoria to Reality: Social Problems of Post-Unification. In Lewis, D. and McKenzie, J. (Ed.). *The New Germany: Social, Political and Cultural Challenges of Unification* (pp. 7-30). Exeter: University of Exeter Press.
- Vorländer, H., Herold, M, and Schäller, S. (2018). *PEGIDA and New Right-Wing Populism in Germany*. Palgrave Macmillian.



- Weisskircher, M. (2020). The Strength of Far-Right AfD in Eastern Germany: The East-West Divide and the Multiple Causes behind ‘Populism’. *The Political Quarterly*, 91(3): 614-622.
- Weisskircher, M. (2022). The Importance of Being Eastern German: The Multiple Heartlands of Germany’s Far Right. In Mörner, M. (Ed.). *The Many Faces of the Far Right in the Post-Communist Space: A Comparative Study of Far-Right Movements and Identity in the Region* (pp. 91-99). published by Centre for Baltic and East European Studies, CBESS, Södertörn University.  
[http://iriss.idn.org.rs/794/1/ZPavlovic\\_BTodosijevic\\_The\\_Core\\_Idea\\_Is\\_Our\\_Own\\_Peopl\\_First.pdf](http://iriss.idn.org.rs/794/1/ZPavlovic_BTodosijevic_The_Core_Idea_Is_Our_Own_Peopl_First.pdf) (accessed 1 April 2023).

# KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ, KİŞİ-GRUP UYUMU VE GÖREV PERFORMANSI İLİŞKİSİ: KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME\*

Fulya GÜNGÖR<sup>1</sup>, Tamer BOLAT<sup>2</sup>

## Öz

Günümüz çalışma modelleri, rekabet koşulları, iş yaşamındaki beklenti ve gereksinimler çalışma koşullarını değiştirirken; yönetim alanında uygulanan eski yöntem ve tekniklerin verimliliğini sorgulatmaktadır. Çalışma gruplarına ayrılan büyük birimler, proje bazlı iş yapış şekillerinin yaygınlaşması, entelektüel sermaye unsuru olan insanın ve insan odaklı yaklaşımların önemini artırmıştır. Bu bağlamda işgörenin, örgütü, işi veya yöneticisi ile uyumuna ek olarak çalışma grubu ile olan uyum ya da uyumsuzluğunun bireysel veya grup performansına etkileri önemli hale gelmiştir. Bu çalışmada, kişilik özellikleri, kişi-çalışma grubu uyumu ve bu uyumun görev performansı ile ilişkisi açıklanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler görgül çalışmalar ile desteklenirken, kuramsal olarak benzerlik-çekim, çekilme-seçilme-ayrılma, denge, sosyal kimlik, ilişkisel demografik yaklaşımı ve iş özellikleri modeli ile değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kişilik Özellikleri, Grup Uyumu, Görev Performansı

**Jel Sınıflandırması:** M1, M12, M140

## PERSONAL CHARACTERISTICS, PERSON-GROUP FIT AND TASK PERFORMANCE RELATIONSHIP: A CONCEPTUAL EVALUATION

### Abstract

While today's working models, competition conditions, expectations and requirements in business life change working conditions; It questions the efficiency of the old methods and techniques applied in the field of management. The widespread use of large units and project-based ways of doing business, which are divided into working groups, has increased the importance of human and human-oriented approaches, which are the elements of intellectual capital. In this context, in addition to the fit of the employee with the organization, job or manager, the effects of the fit or incompatibility with the work group on individual or group performance have become important. In this study, personality traits, person-workgroup fit and the relationship of this fit with task performance are explained. While the relationships between the variables were supported by empirical studies, theoretically similarity-attraction, attraction-selection-attrition, balance, social identity, relational demographic approach and job characteristics model were evaluated.

**Keywords:** Personality Traits, Group Fit, Task Performance,

**JEL Classification:** M1, M12, M140

\*Bu çalışma Prof. Dr. Tamer BOLAT danışmanlığında Fulya GÜNGÖR tarafından yürütülen ve 2023 yılında sunulan "Kişilik Özellikleri, Kişi-Grup Uyumu ve Görev Performans İlişkisi: Grup Kültürünün Etkisi" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

<sup>1</sup>Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü A.B.D, e-posta: [fulyagunor10@gmail.com](mailto:fulyagunor10@gmail.com), ORCID ID: 0000-0002-4400-5677

<sup>2</sup>Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü A.B.D, e-posta: [tamer\\_bolat@hotmail.com](mailto:tamer_bolat@hotmail.com), ORCID ID: 0000-0002-1461-4631

## 1. Giriş

Son yıllarda ulus ve kültür bağlamında çeşitlilik gösteren örgütlerin faaliyetlerinde artış görülmektedir. Örgütsel grupların bileşiminde var olan çeşitliliğin, yaratıcılık, memnuniyet ve performans gibi sonuçları nasıl etkilediğini anlamak ve rekabet avantajı elde etmek isteyen örgütler; çalışan katılımı, beceriye dayalı ücret, özerk çalışma ekipleri ve kazanç paylaşım planları gibi programlar oluşturmaktadır. Bunların ve daha birçoğunun temel amaçlarından biri, işgörenin çalışma şekillerini etkileyerek örgütün performansını artırmaktır (Welbourne, Johnson, & Erez, 1998, s. 540; Lawler, Worley, & Creelman, 2011, s. 11-13). İnsan davranışlarını açıklayan aktörlerden biri olarak kişilik; işgören performansının altında yatan bireysel nitelikleri oluştururken, bir örgütte iş birliğini veya çatışmayı etkileyen temel unsurlar arasında yer almaktadır (McDonald & Gandz, 1991, s. 219-220; Robertson, Gibbons, Baron, MacIver, & Nyfield, 1999, s. 5).

Küreselleşen iş dünyası, örgüt yapısını ve çalışma düzenini etkilerken; bireysel performansa olduğu kadar, grup çalışmalarının etkinliğine ve çıktılarına da odaklanılmasına neden olmuştur. Bu nedenle grup kavramı, grup içi süreçler ve gruplar arası ilişkiler çok sayıda çalışmanın araştırma konusu haline gelmiştir.

Grup kavramı, psikolojik olarak birbirlerinin varlıklarını bilen, kendilerini grup olarak algılayan ve aralarında etkileşim olan insan topluluğu olarak ifade edilmektedir. Topluluğun üyeleri, davranışlarını grup üyelerinin tamamı veya bir kısmı için değiştirerek uyuma davranışı sergilemektedir (Eren, 2012, s. 113-125). Grup üyelerinin birbiriyle etkili bir şekilde çalışması ise, üyelerin gruba uygun niteliklere sahip olmasına bağlıdır. Çünkü kişi-grup uyumu hem bireysel hem de grup performansını etkileyecek ve bu durum doğrudan örgütsel performansa yansıtacaktır (Abdalla, Elsetouhi, Negm, & Abdou, 2018, s. 865-866). İdeal bir grubun ise, farklı davranış tarzlarına sahip bireylerden oluşması beklenirken; böyle bir ekibi bir araya getirerek, bir bütünlük sağlamak zor olmaktadır. Çünkü görevler ve insan ilişkileri açısından farklı uyumluluk dereceleri vardır. Her ekip üyesinin güçlü yönleri ve çalışma davranışları tanımlanmadığında, sonuçları iyileştirmek için stratejiler geliştirmek gerekecektir (Slowikowski, 2005, s. 843). Ayrıca, gruplarda algılanan bireysel farklılıkların, bilgilendirici (meslek, görev süresi ve iş tecrübesi...), görünür (yaş, cinsiyet ve etnik köken...) ve değer (iş ahlak, iş değerleri, motivasyon...) boyutlarındaki fark algılarının göz önünde bulundurulması, örgütteki çeşitliliği yönetebilmek ve ihtiyaç duyulan uyumu sağlayabilmek açısından önemlidir (Hobman, Bordia, & Gallois, 2003, s. 301-325).

Özetle, doğal işbirlikçi olarak bir dizi temel becerilerle evrimleşen insan, grup halinde ortak bir amaç doğrultusunda çalışmak istemektedir. İnsanın bu temel arzuya doğuştan sahip insan düşünüldüğünde; iş yerinde gerçekleşen iş birliklerinin bazılarının neden optimal performans düzeylerinin gerisinde kaldığı sorusu önem kazanmaktadır (Burch & Anderson, 2004, s. 407).

Bu çalışmada, kişilik özellikleri ve çalışma grubu uyumu ile ilgili yazınsal alan incelenmiş, kuramsal dayanaklar ile ilişkilendirerek görev performansı üzerinde etkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

## **2. Kavramsal Çerçeve ve Literatür Taraması**

Bu bölümde kişilik özellikleri, kişi-grup uyumu ve görev performansı kavramlarına değinilecek ve aralarında kurulan ilişkinin kuramsal dayanaklarına yer verilerek ilişkiler açıklanacaktır.

### **2.1. Kişiliğin Tanımı ve Kişilik Özellikleri**

Psikoloji biliminde çok sayıda tanımı olan kavramların başında, “kişilik” gelmektedir. Çünkü insanların yetenekleri, ilgileri, nitelikleri, dış görünüşleri, tavırları veya çevreleriyle iletişim şekilleri gibi, bir insanı tanımlayan tüm unsurlar kişilik kavramında yer almaktadır (Baymur, 1969, s. 220). Öyle ki kişiliği, dildeki en soyut kelimelerden biri olarak adlandıran Allport (1937); kişilik ile ilgili teoloji, felsefe, sosyoloji, hukuk ve psikoloji gibi çeşitli alanlardan türetilen 50 farklı anlam listelemiştir (Mount, Barrick, Scullen, & Rounds, 2005, s. 448).

Kişilik, bireyin çevresine yönelik davranışlarında kendine özgü psikolojik ve fiziksel sistemlerin oluşturduğu dinamik bir organizasyon (Saucier & Goldberg, 2003, s. 1); çok yönlü, kalıcı, psikolojik bir yapı (Fatke, 2017, s. 882); ayırt edici olma özelliği ile bireyler arası farklılaşmayı sağlayan (Aytaç, 2000, s. 155); bireylerin kendilerini ve diğerlerini tanımlayabilmek için kullanılan bir kavram (Demirtaş, 2019, s. 2) olarak tanımlanmaktadır.

İnsanlar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar nelerdir? İnsanların kendi kişiliklerini şekillendirmede başka seçenekleri var mıdır? İnsanları öngörülebilir şekilde hareket ettiren nedir? İnsan davranışını daha çok kalıtım mı ya da çevre mi şekillendirilmektedir? (Feist & Feist, 2008, s. 3). Bazı kuramcılar bu sorulara cevap olarak, kalıtımsal özelliklerin karakterlerin gelişim sınırlarını çizdiği, çevresel faktörlerin ise bu sınır içerisinde sadece karakter özelliklerini belirlediğini ifade etmektedir (Özcan, 2011, s. 67-69). Cattell (1943) ise, kişilik özelliklerinin kaynağını yapısal ve çevresel kalıplar olarak ikiye ayırmaktadır: yapısal

özelliklerin biyolojik kaynaklı, çevresel olanların ise, yetiştirme ve diğer çevresel faktörler ile ilgili olduğunu savunmaktadır (Ryckman , 2008, s. 301-304).

Özetle; kişilik özellikleri, kişinin hayatına yön ve tutarlılık veren bilişlerin, duyguların ve davranışların karmaşık bir bütünü (Rhodewalt, 2008, s. 1); bireyin zihinsel, duygusal, sosyal ve fiziksel bilgilerini içeren ve kişinin menşei olarak ifade edilebilen özellikleri olarak ifade edilmektedir (Ewen, 1998, s. 4).

## 2.2. Kişi-Grup Uyumu

Kişi-grup uyumu kısaca, kişilerin çalışma grubu ile arasında gösterdiği uyumluluk olarak tanımlanırken (Kristof, 1996, s. 7); kişi-grup uyumu; birey ve grup arasındaki karşılıklı ilişkinin oluşmasını ve bu ilişkinin bir süreç halinde ilerleyen dinamik bir yapıya dönüşmesini ifade etmektedir (Çiçek, Evcimen, & Biçer, 2018, s. 699-730). Grup üyelerinin her biri, grubun bütününden etkilenerek kendi davranış ve özelliklerinde değişiklik gösterebileceği gibi kendi özellikleriyle grubunun bütününde bir değişime de sebep olabilmektedir (Greenberg, Schmader, Arndt, & Landau, 2015, s. 317; Eren, 2012, s. 221).

Kişi-grup uyumu ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunda, uyumun boyutları olarak; kişi ve grup üyelerinin davranışsal ve tutumsal değerleri, hedefleri, çalışma tarzları, kişilik özellikleri ve yaşam tarzları incelenmiştir (Chuang, Shen, & Judge, 2016, s. 11). Bu uyum boyutlarının etkilerine dair yapılan çalışmalarda ise; çalışan- örgüt uyumu, iş tatmini, örgütte kalma niyeti ve örgütsel bağlılığa dair sonuçların yer aldığı görülmektedir (Adkins, Russell, & Werbel, 1994, s. 606).

Günümüzde kişiliğin iş performansı ve kariyer başarısı ile ilgili olduğuna inanılmaktadır. Bu nedenle kişilik değerlendirmesi yaygın kullanılan bir seçim aracı haline gelmiştir (Huczynski & Buchanan, 2013, s. 186). Özellikle, iş dünyasının küreselleşmesi, işgücünde cinsiyet çeşitliliği, azınlıkların artması ve takım çalışmalarının önem kazanması gibi nedenler, çalışma grubu çeşitliliği ve sonuçları konusunda ilgi uyandırmaktadır (Milliken & Martins, 1996, s. 402–433). Çünkü kişisel değerlerde yer alan farklılıklar, bir örgütteki bireyler arasındaki çatışmanın doğasını açıklamaya yardımcı olmaktadır. Öyle ki bazı araştırmacılar, bir örgütte yaşanan anlaşmazlıkların, örgüt üyelerinin kişisel özelliklerinden dolayı yaşanan bir çatışma kaynaklı olabileceğini savunmaktadır (McDonald & Gandz, 1991, s. 219-220). Bu nedenle, birçok örgüt işgören seçimi ve geliştirme stratejilerinin bir parçası olarak, kişilik değerlendirmelerine yardımcı olan psikometrik teknikleri kullanmaktadır. Çünkü psikometri,

zekanın, yeteneklerin ve kişiliğin sistematik olarak sınanması, ölçülmesi ve değerlendirilmesini sağlamaktadır (Huczynski & Buchanan, 2013, s. 187).

Uyum ile ilgili yapılan sınıflandırma çalışmaları içerisinde ilk olarak 1987 yılında yapılan Muchinsky ve Monahan'ın çalışmaları yer almaktadır. Çalışma; kişi ve örgüt uyumunu, "benzerlik uyumu" ve "tamamlayıcı uyum" olarak ikiye ayırmaktadır. Tamamlayıcı uyumda kişi, sahip olduğu güçlü yönleri ve yetenekleri ile organizasyonun ihtiyaçlarını karşılamaktadır. İhtiyaçlar ve yetenekler eşleşme gösterdiğinde yüksek bir uyumdan söz edilmektedir. Benzerlik uyumu ise, kişinin örgütteki diğer kişilerle gösterdiği benzerliktir. Kendisine benzeyen, ortak zevkleri ve değerleri olan kişilerle aynı ortamı oluşturması ve onun bir parçası haline gelmesi, benzerlik uyumunun yüksek olduğunu ifade etmektedir (Muchinsky & Monahan, 1987, s. 268). Kişi-grup uyumu konusunda yapılan çoğu çalışmada, Muchinsky ve Monahan (1987) tarafından tanımlanan benzerlik uyumunun grup performansı için ideal olduğu savunulmaktadır (Gibbard, vd, 2017, s. 4-5). Benzerlik uyumu; kişi ve çalışma arkadaşları arasında değerler, tutumlar, hedefler veya kişilik özellikleri gibi psikolojik özelliklerin benzerliği olarak değerlendirildiğinden (Seong, Kristof-Brown, Woo Park, Seung Hong, & Shin, 2015, s. 1185), kişilik özellikleri, birçok çalışmada benzerlik uyumunu meydana getiren bir kriter olarak kabul edilmektedir (Ferris, Youngblood, & Yates, 1985, s. 377-378). Bunun bir diğer destekleyicisi, alanyazında yer alan çalışmalarda, tamamlayıcı uyumun, benzerlik uyumundan daha az değerlendirmeye alınmış olmasıdır. Çünkü grup üyeleri arasında benzer özelliklerin geliştirilmesinin daha iyi olacağı hakkında bir önyargı bulunmaktadır (Werbel & Johnson, 2001, s. 229).

Kişilik özelliklerinin benzerlik uyumuna göre değerlendirildiği çalışmalardan; Holland tipolojisi, kişilik özellikleri ve meslek seçim ilişkisini ele alırken (Holland, 1963, s. 549-550; Holland, 1962, s. 1-3), Muchinsky ve Monahan (1987) da işe alım ve kişinin bir örgüte katılma kararında benzer kişilik özelliklerine verilen önem ve eğilimini (Muchinsky & Monahan, 1987, s. 268-277) incelemiştir. Tom (1971) ise, kişilik kavramı ile örgütsel görüntü arasındaki eşliğin, işgören seçim ve yerleştirme süreci üzerindeki etkisini incelemiş ve Super'in (1953) mesleki seçim kuramını, örgütsel seçimi de içerecek şekilde genişleterek uygulamıştır. Çalışmanın en önemli sonucu, araştırmaya katılanların, kişiliklerini tanımladıkları sıfatlar ile en çok tercih edilen örgütlerin özellikleri arasındaki benzerliğin, en az tercih edilen örgütlerin özellikleri arasındaki benzerlikten önemli ölçüde yüksek çıkması olmuştur (Tom, 1971, s. 573-592).

Bowen ve arkadaşları (1991) ise, işe alım uygulamalarında yalnızca bilgi, beceri ve yeteneklere odaklanan geleneksel yöntemleri, kişilik-iklim/kültür-örgüt uyumu görmezden

gelinerek kullanıldığı için eleştirmişler ve uyum odaklı işe alım uygulama adımlarının oluşturulması gerekliliğini savunmuşlardır (Bowen, Ledfor, & Nathan, 1991, s. 37).

Kişilik özelliklerinin uyum konusunda yer aldığı bir başka çalışma ise, Westerman ve Cry (2004)'ın geliştirdikleri kişi-örgüt uyumu modeli olmuştur. Modelde üç yaklaşımın (değerler uyumu, kişilik uyumu ve çalışma ortamı uyumu) bütünleştirici bir analizine yer verilmiş ve elde edilen sonuçlarda; memnuniyet ve bağlılığın, çalışma ortamı uyumu ile işyerinde kalma niyeti arasındaki ilişkiye tam olarak aracılık ettiği, değerler uyumu ile kalma niyeti arasındaki ilişkiye ise kısmen aracılık ettiği görülmüştür. Bu tutuma dayalı değişkenlerin aracılık etmediği tek değişken ise kişilik uyumu olurken, kişilik uyumu iş yerinde kalma niyeti üzerinde doğrudan etkili olmuştur (Westerman & Cyr, 2004, s. 252-261).

### **2.3. Kişi-Grup Uyumu için Kuramsal Altyapı**

Kişilik özellikleri ve kişi-grup uyumu arasındaki ilişkinin açıklanmasında; sosyal kimlik kuramı, benzerlik-çekim yaklaşımı, denge kuramı, çekim-seçim-yıpranma modeli gibi kuramlardan yararlanılacaktır.

#### **2.3.1. Benzerlik Çekim**

Clore ve Byrene (1974) benzerlik çekim yaklaşımında klasik koşullanma kavramlarını kişiler arası çekiciliği açıklamada kullanmışlardır. Bu yaklaşım, kişinin bazı koşullar altında benzerlik derecesi ile bir kişiyi çekici bulma arasında doğrusal bir ilişki içermektedir. Kişi kendi kişiliğine ve tutumlarına benzer kişileri çekici bulmaktadır (Cüceloğlu, 2011, s. 531; Byrne, Griffitt, & Stefaniak, 1967, s. 86). Byrne (1971), bireylerin kendilerine benzer olanlara ilgi duyduğunu ve bunun da benzerliğin cazibesi olduğunu savunmaktadır (Martins, Milliken, Wiesenfeld, & Salgado, 2003, s. 78).

Newcomb (1961-1968)'a göre, tutumlar, değerler ve inançlar gibi nitelikler benzerlik gösterdiğinde, kişiler arsında bir beğeni ve çekicilik söz konusu olacaktır. Tam tersi bir durum söz konusu olduğunda ise, insanlar bu hoşnutsuzluğun yaratacağı zorlukları azaltmak için birbirleri ile iletişim kurmaktan kaçınacaktır (Rosenbaum, 1986, s. 1156).

Tutumlar, değerler, inançlar ve kültürel özellikler insanların bilinçaltında yer alan özelliklerken; cinsiyet, yaş ve ırk gibi özellikler gözlemlenebilmektedir. Bu durumda yapılan araştırmalar, gözlemlenebilir özellikler açısından benzerlik taşıyan kişilerin oluşturduğu tektipli grupların, çokteplili gruplara göre daha fazla olumlu oldukları ve daha az sorun çıkarma eğilimi taşıdıkları sonucunu vermektedir. Hoffman (1985) ise, iletişim kurma ile ilgili irksal olarak çeşitlilik taşıyan grupların, tektiplili gruplara göre daha fazla sorun gösterme eğilimi taşıdığını

belirterek benzerlik-çekim kuramıyla tutarlılık göstermiştir (Mannix & Neale, 2005, s. 39; Hoffman E., 1985, s. 24).

Konuyla ilgili ilk dönem çalışmaları tutumlar üzerinde dursa da kişilik özellikleri, değerler, hobiler veya bir dizi başka niteliğin benzerliği ele alınarak yapılan 300'den fazla çalışmanın meta- analizi sonucunda, benzerliğin çekimde pozitif ve orta derecede bir etki yarattığı gözlemlenmiştir (Montoya & Horton, 2012, s. 64-65). Buna ek olarak, kişiler arası çekime dair yapılan birçok çalışma, bireylerin çekimine sebep olarak; benzer duygu, düşünce, davranış, sosyal statü, yaş ve bedensel özelliklere sahip olunması, kişinin çekici gözükmesi, aşinalık ve mekânsal yakınlık bulguları elde edilmiştir (Cüceloğlu, 2011, s. 530). Benzerliğin cazibesi veya çekiminin iş hayatına yansımaları, özellikle personel seçiminde veya çalışma grubu oluşturma konularında beklenmektedir. Seçim yapacak kişi riski azaltmak için kendisine benzer olarak algıladığı adayı personel olarak seçme eğilimi gösterebilecektir.

### **2.3.2. Çekim-Seçim-Yıpranma Modeli (Attraction-Selection-Attrition Model)**

Benzerlik-çekim yaklaşımına destekleyen bir diğer yaklaşım; Schneider (1987)'e ait çekim-seçim-yıpranma modelidir. Modele göre, kişiler örgütte rastgele bulunmamaktadır. Benzerlikten kaynaklı bir uyum ve çekim yaşanırken, farklı olanın uyumsuzluk mücadelesi ile yıpranma ve ayrılma eğilimi söz konusudur (Schneider, 1987, s. 440-441).

Schneider'in (1987) Çekilme-Seçilme-Ayrılma (attraction-selection-attrition) (ASA) Modeli, bir örgütün onu kuran kişinin kişiliği ile başladığını öne sürmektedir. Schein (1992) ve Schneider (1987), kurucuyu tüm yönleriyle bir örgütün merkezi belirleyicisi olarak kabul etmekte ve kurucunun eylemleri sayesinde örgütün daha sonraki noktalarda gözlemlenen strateji, yapı ve kültürü oluşturduğunu savunmaktadır. ASA modeli, örgütün yapısal niteliklerinin, kurucunun kişiliğinin bir yansıması olduğunu ve ayrıca insanların kurucunun yarattığı strateji, yapı ve kültüre çekildiğini öne sürmektedir (Schneider, Smith, Taylor, & Fleenor, 1998, s. 462-463; Schneider, 1987).

Bireysel kurucu- bir girişimci ya da sadece yeni bir grubun örgütleyicisi olsun- işlerin nasıl olması gerektiği konusunda belirli bir vizyona, inançlara, hedeflere, değerlere ve varsayımlara sahip olacak; başlangıçta ise, inandıklarını gruba dayatacak veya üyeleri düşünce ve değer benzerliklerine dayanarak seçecektir (Schein, 2004, s. 15-16). Kurucular, düşünce ve davranışlarda beklenen benzerliklere sahip olanları işe alarak grubun işleyeceği temel misyonu ve çevresel bağlamı seçmekle kalmayacak, aynı zamanda grup üyelerini kendine benzer yargılara göre oluşturacaktır (Schneider, Smith, Taylor, & Fleenor, 1998, s. 462-463). Örneğin;



Ahmad (2006) çalışmasında; lider-ast uyumu ile performans ve memnuniyet arasındaki ilişkiyi incelemiş ve liderin astı ile yakın olarak çalıştığı yerlerde benzer kişilik özelliklerine sahip olmanın lidere olan memnuniyeti ve astın performansını arttırdığı sonuçlarına ulaşmıştır (Ahmad, 2008, s. 396-411).

### **2.3.3. Denge Kuramı (Balance Theory)**

Denge Kuramında; Heider (1946); kişilere karşı tutum ve tutumlara sebep olan nedenlerin birbirlerini etkilediğini savunmaktadır. Şöyle ki bir olaya karşı bir tutum, olaya neden olan kişiye karşı gösterilecek tutumu değiştirebilir. Bunun bir başka şekli ise, bir kişi veya olaya karşı tutumlar benzerse, o olayın başkası tarafından kolayca o kişiye atfedilebileceğidir (Heider, 1946, s. 107–109). Burada bahsedilen ilişki; bir kişi ile (k), bir diğer kişi (d) ve bir tutum nesnesi (n) arasında incelenmektedir. Bu üçlü arasında var olan ilişkinin hepsi k'ye göre olumluysa ya da ilişkilerden ikisi olumsuz biri olumlu ise, k için bir dengeden söz edilmektedir. İki ilişki olumlu, biri olumsuz veya her üç ilişki de olumsuzsa, k için rahatsızlık verici bir dengesizlik söz konusudur (Kağıtçıbaşı, 2020, s. 164). Ortamdaki bir değişiklik, anlamını atfedildiği kaynaktan kazanacaktır. Bu nedensel bütünleşme, sosyal alanın örgütlenmesinde büyük önem taşımaktadır. Benzerlik ve yakınlık, olayların kişilere atfedilmesine ve kurulan kişi-olay ilişkisi, parçalar arasında asimilasyon veya kontrast etkisi oluşmasına neden olacaktır (Heider, 1944, s. 372).

Heider'in kişilerin zihninde yer verdiği yapısal denge fikrine, Newcomb (1961)'un kişiler arası iletişim ve etkileşimin çekiciliği (Newcomb, 1979, s. 299) ve Cartwright ve Harary (1956) tarafından sosyal grupların eklenmesi ile genişletilmiştir. Yazarlar, dengenin, Heider gibi sadece aktörlerin içsel süreçleriyle değil, grup üyeleri tarafından oluşturulan bilişsel imgelerin işleyişi ve grup yapısının etkisiyle gerçekleştiğini savunmaktadır (Cartwright & Harary, 1956, s. 290-292; Hummon & Doreian, 2005, s. 19-20).

### **2.3.4. Sosyal Kimlik Kuramı (Social Identity Theory)**

Kişi ve grup uyumu ile ilişkilendirebileceğimiz bir diğer kuram ise, "Sosyal Kimlik" kuramıdır. "Sosyal kimlik", "bireylerin benlik kavramlarının; bir sosyal gruba (veya gruplara) üyelikleri hakkındaki bilgileriyle birlikte, bu üyeliğin değeri ve duygusal önemi ile ortaya çıkan parçası" olarak tanımlanır (Tajfel, 1982, s. 24). Sosyal kimlik kuramına göre (Tajfel ve Turner, 1979), insanlar kendilerini büyük ölçüde ait oldukları sosyal gruplar açısından tanımlamaktadır. Örneğin; aile, ırk, milliyet gibi önemli grup özellikleri açısından kendilerini değerlendirerek hangi özelliklere sahip olduklarını ifade edebilmektedir. Böylece, aynı coğrafi bölgedeki iki kişi, ait oldukları grupların özelliklerine göre kendilerini çok farklı şekillerde

tanımlayabilmektedir. Bu nedenle kurama göre; gruplar bir kimlik kaynağıdır ve gruba ait olmak bir özgüven kaynağıdır (Greenberg, Schmader, Arndt, & Landau, 2015, s. 154-316). Ayrıca kişiler, ait oldukları grupları; diğer gruplara göre daha üstün kabul etmektedir; bunun nedeni öz-değerlendirmelerinde hep olumlu olma güdüleridir. Bunun yanı sıra kurama göre, üstün gördükleri kendi grupları ile daha çok özdeşleşmek ve güçlü bir bağ kurmak istemektedir (Demirtaş, 2003, s. 124-127).

Sosyal kimlik kuramı, gruplar arası algı ve davranışları açıklamak için hem güdüsel hem de bilişsel süreçleri dikkate almak gerekliliğini ifade etmektedir (Brewer & Kramer, 1985, s. 224). Sonuç olarak; bireyler olumlu bir sosyal kimlik elde etmek veya sürdürmek için çaba gösterirler. Olumlu sosyal kimlik; büyük ölçüde grup içi ve ilgisi olan dış gruplar arasında yapılabilecek olumlu karşılaştırmalara dayanmaktadır. Sosyal kimliğin tatmin etmediği bir durumda ise, bireyler mevcut gruplarını terk ederek daha olumlu algıladıkları farklı bir gruba katılmak isteyecek ya da mevcut olan gruplarını daha olumlu hale getirmeye çalışacaklardır (Tajfe & Turne, 2004, s. 284).

#### **2.4. Görev Performansı**

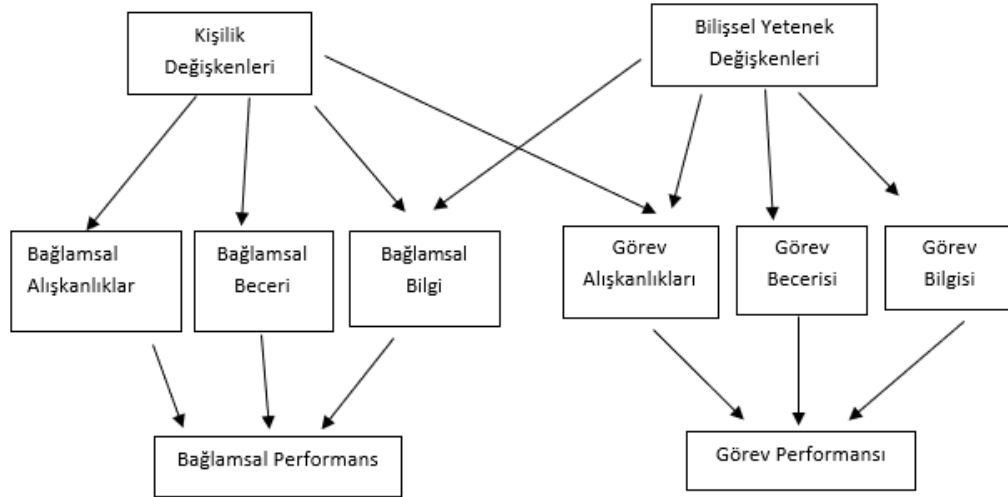
Murphy (1989), görev performansını bir işin yerine getirilmesi için gerçekleşen görev ve sorumluluklar şeklinde tanımlamaktadır. Borman ve Motowidlo (1993) ise, görev performansını işin bir parçası olarak resmen tanınan ve örgütün teknik çekirdeğine katkıda bulunan faaliyetler olarak ifade ederken (Rotundo & Paul R. Sackett, 2002, s. 67); Campbell (1990) görev performansını, işe özgü ve işe özgü olmayan görev yeterliliği kavramlarını kullanarak, teknik görevleri ifade etmek amacıyla yapılan davranışlar olarak tanımlamıştır (Campbell, Mchenry, & Wise, 1990, s. 314).

Performansı sekiz boyut ile ifade eden Campbell (1990), bu boyutların beş tanesini görev performansı ile ilişkilendirmektedir. Bunlar: işe ait olan ve olmayan görev yeterlilikleri, sözlü ve yazılı iletişim becerisi, denetleyici veya liderlik pozisyonu durumunda yönetim ve idarecilik/liderliktir (Sonnentag & Frese, 2002, s. 6).

Görev performansı; örgüt tarafından açık biçimde tanımlanan görevlerin, belirli grup üyelerine atanması ile gerçekleşir ve üyelerin sınırlı inisiyatif alma esnekliği söz konusudur (Güney, 2004, s. 99). Bu tanımlanan görevler; bir ürünü üretmek, satmak, satın alımda bulunmak veya astları yönetmek gibi bir örgütteki temel faaliyetlere katkıda bulunan davranışları içermektedir (Befort & Hatrup, 2003, s. 17-18). Özetle, görev performansı, bir işi diğerinden ayıran temel görevleri temsil etmektedir (Jawahar & Carr, 2007, s. 331).

Görev ve bağlamsal performansın bireysel farklılıklar üzerine geliştirilen kurama göre; iş performansı görev ve bağlamsal performans olarak iki boyutta ele alınmıştır. Bu boyutların belirleyicisi olarak bilişsel yetenek daha çok görev performansı ile, kişilik özellikleri ise bağlamsal performans ile ilişkilendirilmiştir. Özellikle kişilik değişkenleri olan dışadönüklük, kabul edilebilirlik ve vicdanlılık bağlamsal performans belirleyicisi olarak varsayılmıştır. Ancak bilişsel yeteneğin kişilik özelliklerini etkilediği düşünülürse, bu aracı etki nedeniyle bağlamsal performans bilişsel yetenekle de ilişkilendirilmiştir. Bu ilişkiye benzer bir şekilde görev performansı her ne kadar bilişsel yeteneklerin belirleyiciliğine sahip olsa da benzer aracı etki nedeniyle kişilik özelliklerinde de yaşanmaktadır. Bu nedenle görev performansı ve kişilik değişkenleri arasında bir ilişkinin varlığı savunulmaktadır. Kuram, Şekil 1'de grafiksel olarak gösterilmiştir ( Motowidlo, Borman, & Schmit, 1997, s. 79-80).

**Şekil 1. Görev ve Bağlamsal Performanstaki Bireysel Farklılıklar**



**Kaynak:** Motowidlo, S. J., Borman, W. C., & Schmit, M. J. (1997). A Theory of Individual Differences in Task and Contextual Performance. *Human performance*, 10(2), 71-8.

## 2.5. Kişi-Grup Uyumu ve Görev Performansı İlişkisinde Kuramsal Dayanaklar

Kişi-grup uyumu ve görev performansı ilişkisini açıklarken, Hackman ve Oldham'ın iş karakteristikleri kuramlarından, bilgi işleme yaklaşımı ve ilişkisel demografi yaklaşımından yararlanılacaktır.

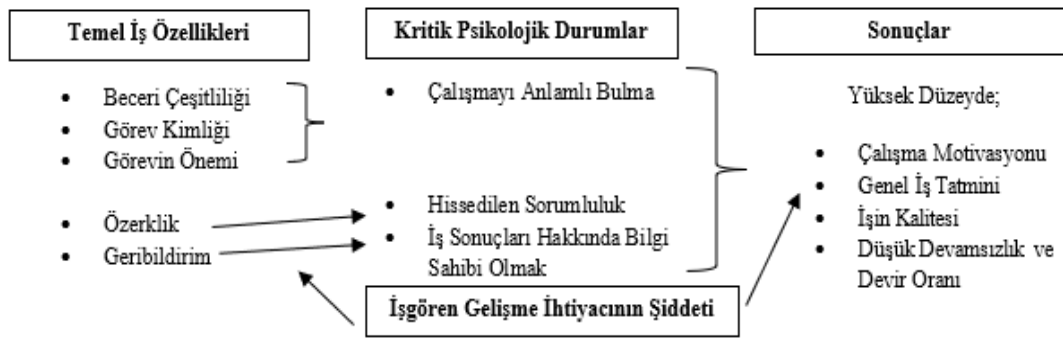
### 2.5.1. Hackman ve Oldham'ın İş Özellikleri Kuramı

İş özellikleri kuramı veya bazı çalışmalarda yer aldığı şekilde iş özellikleri modeli, çalışanların iş tatmini ve güdülenmesi ile ilgilenmektedir (Bilgiç, 2008, s. 67). Kuram, iş zenginleştirme ve iş genişletme konularına yer vererek, hangi tür işlerin daha fazla heyecan ve bağlılık yaratacağına ve çalışan güdüsünün artması için neler yapılması gerektiğine dair bir bizi eylem adımından oluşmaktadır (Hackman, Oldham, Janson, & Purdy, 1975, s. 57).

Kuram, üç değişken arasındaki etkileşime odaklanmaktadır: (a) içsel olarak motive edilmiş ve istenilen iş davranışının gelişmesi için olması gereken psikolojik durumlar; (b) bu psikolojik durumları yaratabilecek işlerin özellikleri ve (c) bir kişinin karmaşık ve zorlu bir işe ne kadar olumlu tepki vereceğini belirleyen bireysel niteliklerdir (Hackman & Oldham, 1976, s. 250).

İş özellikleri kuramı, beş çekirdek iş boyutu (beceri çeşitliliği, görev kimliği, görevin önemi, özerklik ve geri bildirim) içermektedir. Bir işin anlamlı bulunması ilk üç boyut ile geliştirilirken, yüksek özerklik sahibi işlerde çalışanın sorumluluk hissi artmakta ve geri bildirim yüksek olması durumunda çalışanın, iş sonuçları hakkında bilgisi artmaktadır. Sonuç olarak tüm bu çekirdek boyutlar, üç kritik psikolojik durumun ve iş sonuçlarının (yüksek içsel motivasyon, iş tatmini, işin kalitesi ve devamsızlık oranlarının düşmesi) doğmasını sağlamaktadır (Hackman & Oldham, 1975, s. 160-161).

#### Şekil 2. İş Özellikleri Modeli



**Kaynak:** Hackman & Oldham (1974, s.7); Hackman & Oldham (1975, s.161); Varoğlu (2019, s. 28).

Kişilik özellikleri ve görev performans ilişkisinde, iş özellikleri modeline yer verilmesinin nedeni; modelin, içsel motivasyon için gerekli psikolojik durumları ve bu durumların oluşmasına neden olan iş özelliklerini ve bir kişinin karmaşık ve zorlu bir işe ne

kadar olumlu tepki vereceğini belirleyen bireysel nitelikleri ve bu 3 değişkenin etkileşimini içermesidir (Hackman & Oldham, 1976, s. 250). Buna ek olarak kuram, hangi tür işlerin daha fazla heyecan ve bağlılık yaratacağı ve işgören motivasyonunu artırmak adına neler yapılması gerektiği ile ilgilenmektedir (Hackman, Janson, & Purdy, 1975, s. 57). Bu bağlamda, modelde yer alan psikolojik faktörlerin, kişilik özellikleri ve iş özellikleri arasındaki ilişkinin performansa olumlu veya olumsuz etkilerinin olabileceği beklenmektedir.

Barrick ve Mount (1991) ve Yelboğa (2006)'nın kişiliğin iş performans kriterleri ile ilişkisini inceledikleri çalışmalarında; kişilik özellikleri ile performansın birbirleriyle etkileşimde olduğu sonucuna ulaşmaları bu düşüncüyü desteklemektedir (Barrick & Mount, 1991, s. 26; Yelboğa, 2006, s. 196-211). Bir diğer çalışmada; Oldham ve Fried (2016), kişilik özelliklerinin -deneyime açıklık, nevrotiklik, vicdanlılık, dışa dönüklük, uyumluluk- işgörenin, iş özelliklerine karşı verdiği tepkilerde farklılık yaratıp yaratmadığını tartışmışlar ve sonuç olarak; asıl önemli olanın kişiliğin, iş algılarını nasıl şekillendirdiği değil, işin yapılışında gösterilen tepkilerin aslında işgörenin kişiliğinin bir işlevi olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Oldham & Fried, 2016, s. 22). Mount, Barrick ve Stewart (1998) ise, kişiler arası etkileşim gerektiren -müşteri hizmetleri vb.- işlerde; vicdanlılık, uyumluluk ve duygusal istikrar konusunda yüksek puan alan kişilerin diğerlerine göre daha iyi performans puanı aldıklarını ve Raia ve Johns (2010), nevrotik kişilik özelliklerine sahip iş görenlerin, iş kapsamı yüksek olan görevlerde diğerlerine göre daha düşük performans gösterdiği sonuçlarına ulaşmışlardır (Raja & Johns, 2010, s. 992; Oldham & Fried, 2016, s. 22; Mount, Barrick, & Stewart, 1998, s. 156-158). Ivancevich ve Matteson (1984) ise, çalışan ve çalışma ortamı arasındaki etkileşim kavramları üzerine yoğunlaştıkları çalışmalarında, küresel bir insan-çevre etkileşim modeli kullanmak yerine, A-B tipi davranış modeli ve A-B tipi çalışma ortamı kavramının yer aldığı spesifik bir yaklaşım geliştirmişlerdir (Ivancevich & Matteson, 1984, s. 491-513).

### **2.5.2. İlişkisel Demografi Yaklaşımı (Relational Demography Approach)**

Demografik çeşitlilik terimi, bir birimin (örneğin, bir çalışma grubu veya kuruluş) demografik niteliklere göre çoklu olma derecesini ifade etmektedir. Demografik olarak sınıflandırılan nitelikler ise, yaş, cinsiyet, etnik köken gibi değişmez özellikler; kurumsal görev süresi gibi, bireylerin örgütle ilişkisini tanımlayan nitelikler ve bireylerin toplum içindeki konumlarını tanımlayan -örneğin medeni durum- özelliklerdir (Milliken & Martins, 1996, s. 403-404; Lawrence, 1997, s. 5; Pelled, Eisenhardt, & Xin, 1999, s. 1).

İlişkisel ve örgütsel demografi kavramları yakın kavramlar olarak görülse de örgütsel demografi, Pfeffer (1983) tarafından örgüt üyelerinin demografik özelliklerinin dağılımı

açısından bir kompozisyonu ifade etmektedir (Pfeffer, 1985, s. 67-68). Örgütsel demografide temel amaç; demografik özelliklerle grup çıktıları arasındaki ilişkiyi incelemektir ve bu noktada ilişki demografiden farklılaşmaktadır. Çünkü, Tsui ve O'Reilly (1989)' e göre ilişki demografide karşılıklı ilişkiler önemlidir, grup üyelerinin demografik özellikleri karşılaştırılır ve birbiriyle düzenli etkileşimde oldukları varsayılır (Tsui & O'Reilly III, 1989, s. 403; Sürgevil, 2008, s. 121-122). Düzenli etkileşimde olan grup üyelerinin demografik özelliklerindeki benzerlik veya farklılıklarının bilinmesi, grup üyelerinin kişilikleri, tutum ve davranışları hakkında bilgi vereceği gibi performans sürecini de etkileyecektir (Tsui & O'Reilly III, 1989, s. 403). Özellikle, bireysel demografik özellikler, çalışma grubunun çeşitliliğine katkıda bulunduğu gibi, üyelerin kolaylıkla tespit edilebilen farklılıkları sayesinde grup içi ve dışı sınıflandırma yapılmasını kolaylaştırabilecektir (Chuang, Church, & Zikic, 2004, s. 32).

İlişki demografi yaklaşımı, örgütün veya çalışma grubunun sahip olduğu demografik niteliklerin -özellikle, bireysel demografik özellikler, çalışma grubunun çeşitliliğine katkıda bulunmaktadır- çoktipli olmasının (Chuang, Church, & Zikic, 2004, s. 32); ve birbiriyle düzenli etkileşimde olan üyelerin, bu çoktipli demografik özelliklerinin; tutum, davranış ve genel performans sürecine etkisini açıklamaktadır (Milliken & Martins, 1996, s. 403-404; Lawrence, 1997, s. 5; Pelled, Eisenhardt, & Xin, 1999, s.1; Tsui & O'Reilly III, 1989, s. 403; Sürgevil, 2008, s. 121-122). İlişki demografi yaklaşımında, örgüt üyelerinin demografik yapısından ziyade bu yapının, kendi arasındaki etkileşimi ve bunun performansa etkisi incelenmektedir.

Burke ve Deszca (1982)'nin çalışmaları; tanımlanan davranış tipleri ve ona sahip olan kişilerin çalışmak istedikleri örgütsel iklimler arasında bir ilişki olduğunu savunmaktadır. Araştırma, yakında tam zamanlı çalışacak A tipi özellik taşıyan 118 erkek ve kız öğrenci ile 9 farklı örgütsel iklim türü kullanılarak gerçekleştirilmiş ve A tipi davranış puanları yüksek olan kişilerin; yüksek performans standartları olan, belirsizlik ve dayanıklılık ile karakterize edilen örgütsel iklimlerde çalışmak istedikleri sonucunu taşımaktadır (Burke & Deszca, 1982, s. 50-59).

### **2.5.3. Bilgi İşleme Yaklaşımı (Information Processing Approach)**

Bilgi işleme yaklaşımında, kişiler arası bilgi alışverişinin sorun çözme davranışlarına etkisi (Newell, Shaw, & Simon, 1958, s. 151-152) ve bireyler arası gerçekleşen bu bilgi değişiminin yaratabileceği etkiler üzerine çalışmalar yapılmıştır (Bettman, 1970, s. 370).

Grup üyelerinin farklılıkları bağlamında, bu yaklaşımın en önemli özelliği, çeşitlilik için demografik özellikleri kaynak almaktan ziyade; çoktipli gruplarda, bilgi, işlevsellik ve yetenek boyutlarına odaklanmasıdır. Çünkü demografik özelliklerden ziyade çalışanlar arasında sosyal ve bilişsel süreçlerde yaşanan farklılıklar, grubun elde edeceği çıktıları doğrudan etkileyecektir (Mannix & Neale, 2005, s. 31-32; Sürgevil, 2008, s. 120-121).

Sosyal sınıflandırma ve benzerlik-çekim yaklaşımları, gruplarda çeşitlilik konusunda karamsar bir görüş sergilerken; bilgi işleme yaklaşımı, çeşitliliğin grup performansını artıracak bir atmosfer sağladığını savunmaktadır (Gruenfeld, Mannix, Williams, & Neale, 1996, s. 2-3). Diğer kuramlara göre, çoktipli gruplar, tektipli olanlara göre daha az uyumlu, ilişkisel çatışmaya yatkın ve üyeler arası bağlılıkları daha düşük bulunmaktadır (Staples & Zhao, 2006, s. 389-406). Ayrıca çoktipli grup üyelerinin taşıdığı farklılıkların, sosyal süreçlerde olumsuzluklara ve grup performansının düşmesine neden olduğu düşünülmektedir (Gibbard, vd, 2017, s. 4-5). Bilgi işleme yaklaşımında ise, çoktipli gruplar, yaratıcı sorun çözme ve yenilik gerektiren görevleri başarma konularında, tektipli gruplara göre daha iyi ve yaratıcı çıktılar elde etmektedir. Çünkü, bireysel farklılıklar yaratıcı çıktıların oluşmasını sağlamakta ve üyeler arasındaki iletişimin artmasına neden olmaktadır (Gruenfeld, Mannix, Williams, & Neale, 1996, s. 2-3; Mannix & Neale, 2005, s. 32). Örneğin, bilim insanları, birbirine benzemeyen meslektaşlarıyla iletişim kurduklarında, diğerlerine göre daha fazla ve faydalı sonuçlar elde etmekte ve ellerindeki sorunları daha dikkatli inceleyerek yaratıcı çözüm yolları keşfedebilmektedir (Pelz, 1956, s. 320).

Son olarak; bazı araştırmacılar, çeşitli ortamlarda, bilgi ve yeteneğin çoktipli olmasını işlevsel olarak değerlendirmektedir. Örneğin; Hambrick, Cho ve Chen (1996)'ın havayolu endüstrisinde yaptıkları çalışmalarında, çoktipli oluşturulan üst yönetim grupları, tektipli gruplara göre daha fazla performans sergilerken (Hambric, Cho, & Chen, 1996, s. 678) ; Hamilton, Nickerson ve Owan (2003)'ın, tekstil sektöründe yaptıkları çalışmalarında, yetenek açısından çoktipli olan grubun ürettiği ürünler, diğerlerine göre daha yaratıcı kabul edilmiştir (Hamilton, Nickerson, & Owan, 2003, s. 493-494; Mannix & Neale, 2005, s. 42).

### **3. Sonuç ve Öneriler**

Konfüçyüs ideolojisi gibi kolektivist kültürler, bir insan başarısını diğer bireylerle arasındaki uyumun başarısı olarak tasvir etmektedir. Bu nedenle kişi ile grubu arasındaki uyum, başarılı grup performansı için gerekli veya en azından kolaylaştırıcı bir koşul olarak görülmektedir (Lun & Bond, 2006, s. 195).

Barsade vd. (2000), Hobman vd. (2003), Kristof-Brown vd. (1999), ve Strauss vd. (2001), kişiler arasında var olan psikolojik uyumluluğun, grup ortamlarında bireysel sonuçlara etkileri olduğunun (Barsade, Ward, Turner, & Sonnenfeld, 2000; Hobman, Bordia, & Gallois, 2003; Strauss, Barrick, & Connerley, 2001; Kristof-Brown, Zimmerman, & Jhonsan, 2005, s. 286); Barry ve Stewart, (1997), kişilik özelliklerinin, grup sonuçlarının kalitesini artıracak veya azaltacak şekilde grup süreçlerini etkilediğini (Barry & Stewart, 1997, s. 76); Riordan (2000) ise; iş arkadaşları arasında demografik özelliklerin benzer olmasının işe yönelik tutum ve davranışları olumlu etkilediği sonuçlarına ulaşmışlardır (Riordan, 2000, s. 132).

Metzler (2006) ise, doktora tezinde; kişi ve grubunun uyumu konusunda, çalışanların iş memnuniyeti ve örgütsel bağlılıkları arasında olumlu bir ilişki olduğunu tespit ederken; kişi-grup uyumunun, bireysel ve grup değerlerinin varlığı durumunda, çalışan memnuniyeti ve örgütsel bağlılığının önemli bir yordayıcısı olduğunu savunmaktadır (Metzler, 2006, s. 154). Mannix ve Neale (2005) de, çalışma gruplarının etkin bir şekilde yönetilmesi durumunda; işlevsel arka plan, eğitim veya kişilikteki farklılıkların performans ile pozitif ilişkide olduğu ayrıca bu farklılıkların, yaratıcılığı artırdığı ve problem çözmeyi kolaylaştırdığını savunmaktadırlar (Mannix & Neale, 2005, s. 32).

Vogel ve Feldman (2009), kişi-grup uyumunun; kişinin genel iş çevresi ile uyumunu nasıl etkilediği ile ilgili yaptıkları çalışmada; kişi-grup uyumunun, kişi-örgüt uyumundan ziyade, kişi-iş uyumu ile daha ilişkili olduğu sonucunu elde edilmişlerdir. Kişi- grup uyumu, çalışan tutum ve davranışlarını etkilemede kişi-örgüt uyumu ile değil, kişi-iş uyumu ile etkileşime girmektedir. Çünkü düşük kişi-örgüt uyumuna sahip bireyler kendilerini duygusal olarak örgütten ayırabilir ve bu nedenle iş arkadaşlarından alacakları bir sosyal desteğe veya uyuma ihtiyaç duymamaktadır (Vogel & Feldman, 2009, s. 76-79).

Barry ve Stewart, (1997), dışa dönüklüğün, grup performansı üzerinde kişilik özellikleri açısından anahtar korelasyon olduğu ve sosyal etkileşimin belirgin olduğu iş ortamlarında dışa dönüklüğün etkili olduğu sonucunu savunmaktadır (Barry & Stewart, 1997, s. 76). Onay (2011) ise; duygusal zekâ ve duygusal emeğin, görev performansı ve bağlamsal performans üzerindeki etkisini araştırmış ve sonuç olarak işgörenin derin davranış sergilemesinin yani duygusal zekâ boyutlarını etkin olarak yönetebilmesinin iş performansını olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır (Onay, 2011, s. 596). Motowidlo, Borman ve Schmit (1997) de kişilik değişkenleri ile bağlamsal performansı; bilişsel yetenek değişkenleri ile görev performansını ilişkilendirmiştir. Ancak kuramda, bazı kişilik özellikleri ile görev performansının ilişkili olabileceği de savunulmuştur ( Motowidlo, Borman, & Schmit, 1997, s. 79-80). Borman ve



Motowidlo (1997), da çalışmalarında kişilik özellikleri ve bağlamsal performans ölçütleri arasında güçlü bir ilişki olduğu yönünde önemli kanıtlar sunmuştur (Borman & Motowidlo, 1997, s. 107-108).

Yapılan diğer görgül çalışmalar ve sonuçları da kişilik özellikleri ve görev performansı arasındaki ilişkiyi destekler niteliktedir. Udin ve Yuniawan (2020,s.786) 'ın elektrik sektöründe çalışan 246 kişi ile yaptıkları çalışmalarında ( $\beta = 0.110$ ,  $p < 0.05$ ) beş faktör kişilik özellikleri ile görev performansı arasında anlamlı ve pozitif; Harmcanı (2018, s. 330)'nın imalat işletmeleri çalışanı 422 kişi ile yaptığı çalışmalarında; uzlaşmacılık ( $r=,155$ ,  $p<,01$ ), sorumluluk ( $r= ,258$ ,  $p<,01$ ); duygusal denge ( $r= ,232$ ,  $p<,01$ ), deneyime açıklık ( $r= ,198$ ,  $p<,01$ ) ile görev performansı arasında pozitif; Yıldız ve Kavak (2017, s. 417)'in çeşitli sektörlerde tam zamanlı çalışan 456 kişi ile yaptıkları çalışmalarında; sorumluluk kişilik özelliği ile görev performansı arasında ( $r=.65$ ,  $p < 0.001$ ) yüksek ve pozitif; Bertolino, Truxillo ve Fraccaroli (2013,s.875)'nin okullarda büro ve mali yönetim çalışanı 168 kişi ile yaptıkları çalışmada görev performansı ile sorumluluk ( $\beta = 0.59$ ,  $p < 0.01$ ); nevroitiklik ( $\beta = 0.34$ ,  $p < 0.01$ ); dışadönüklük ( $\beta = 0.30$ ,  $p < 0.01$ ); uyumluluk ( $\beta = 0.32$ ,  $p < 0.01$ ) arasında pozitif; deneyime açıklık ( $\beta = -0.35$ ,  $p < 0.01$ ) arasında negatif; ilişkilerin olduğu gözlenmektedir. Özdemir (2015, s.99-114)'in beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 632 katılımcıdan oluşan yüksek lisans tezinde; beş faktör kişilik özelliklerinin iş performansı üzerinde etkisi istatistiksel olarak anlamlı ( $F=8,935$ ;  $p=0,000<0,05$ ); dışadönüklük ( $r = 0.110$ ;  $p < 0.01$ ), uyumluluk ( $r = 0.245$ ;  $p < 0.01$ ), sorumluluk ( $r = 0.224$ ;  $p < 0.01$ ), deneyime açıklık ( $r = 0.141$ ;  $p < 0.01$ ) arasında pozitif; nevroitiklik arasında da ( $r = -0.086$ ;  $p > 0.01$ ) negatif ilişki bulunmuştur. Gülduran ve Perçin (2020, s. 50), 392 otel çalışanı ile yaptıkları çalışmalarında ise; iş performansının dışa dönüklük ile %28,1 düzeyinde pozitif yönlü ( $r=0,281$ ), uyumluluk ile %25 düzeyinde pozitif yönlü ( $r=0,250$ ), sorumluluk ile %33,9 düzeyinde pozitif yönlü ( $r=0,339$ ) anlamlı düzeyde ilişkisi ( $p>0,05$ ) olduğu yönünde bulgular elde edilmiştir.

Çalışma sonuçlarında; yazınsal alanda yer alan uyum türleri içinde kişi-iş, kişi-yönetici veya kişi-örgüt uyumu türlerine ek olarak kişi ve çalışma grubunun uyumu önemli bir araştırma konusu haline geldiği görülmektedir. Çünkü teknolojik gelişmelerle birlikte değişen iş ve çalışma modelleri, takım çalışmasının önemini artırırken, geleneksel insan kaynağı yönetimi ve iş analizi süreçlerinde de köklü dönüşümlere ihtiyaç doğurmuştur.

İşletmeler için insan kaynağının bireysel olarak değerlendirilebilmesi ve özellikle takım çalışması odaklı işlerde bu değerlendirmenin yönetilebilmesi; çalışanın görev performansı, örgüte bağlılığı, memnuniyeti ve iş tatminine dair olumlu yönde etkili sonuçlar göstermesini

sağlayacaktır. İşletmelerin birbirlerini benzerlikleri veya farklılıklarıyla uyum göstererek tamamlayabilecek insan kaynağını seçebilmek ve yönetebilmek için kişi-grup uyumuna dair dinamikleri belirleyerek uygun stratejiler oluşturmaları gerekmektedir. Bunun için de en önemli rekabet avantajı enstrümanlarından olan entelektüel sermayenin seçimi ve yönetimi konusunda etkin olması faydalı olacaktır.

## Kaynakça

- Abdalla, A., Elsetouhi, A., Negm, A., & Abdou, H. (2018). Perceived Person-Organization Fit and Turnover Intention in Medical Centers. *Personnel Review*, 47(4), 863-881.
- Adkins, C. L., Russell, C. J., & Werbel, J. D. (1994). Judgments of Fit in The Selection Process: The Role of Work Value Congruence. *Personnel Psychology*, 47(3), 605 - 623.
- Ahmad, K. Z. (2008). Relationship Between Leader-Subordinate Personality Congruence and Performance and Satisfaction in The UK. *Leadership & Organization Development Journal*, 5, 396-411.
- Aytaç, S. (2000). *İnsanı Anlama Çabası*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Barry, B., & Stewart, G. L. (1997). Composition, Process, and Performance in Self-Managed Groups: The Role of Personality. *Journal of Applied Psychology*, 82(1), 62-78.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-Analysis. *Personnel Psychology*, 1-26.
- Barsade, S. G., Ward, A. J., Turner, J. D., & Sonnenfeld, J. A. (2000). To Your Heart's Content: A Model of Affective Diversity in Top Management Teams. *Administrative Science Quarterly*, 45(4), 802-836.
- Baymur, F. (1969). *Genel Psikoloji*. İstanbul: İnkılap ve Aka Kitapevleri.
- Befort, N., & Hatrup, K. (2003). Valuing Task and Contextual Performance: Experience, Job Roles, and Ratings of the Importance of Job Behaviors. *Applied H.R.M. Research*, 8(1), 17-32.
- Bertolino, M., Truxillo, D. M., & Fraccaroli, F. (2013). Age Effects on Perceived Personality and Job Performance. *Journal of Managerial Psychology*, 28(7/8), 867-885.
- Bettman, J. R. (1970). Information Processing Models of Consumer Behavior. *Journal of Marketing Research*, 7(3), 370-376.
- Bilgiç, R. (2008). İş Özellikleri Kuramı: Geniş Kapsamlı Gözden Geçirme. *Türk Psikoloji Yazıları*, 11(22), 66-77.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1997). Task Performance and Contextual Performance: The Meaning for Personnel Selection Research. *Human Performance*, 10(2), 99-109.
- Bowen, D. E., Ledfor, G. E., & Nathan, B. R. (1991). Hiring For The Organization, Not The Job. *Academy of Management Executive*, 5(4), 35-51.
- Brewer, M. B., & Kramer, R. M. (1985). The Psychology Intergroup Attitudes and Behavior. *Annual Review of Psychology*, 36, 219-243.

- Burch, G. S., & Anderson, N. (2004). Measuring Person-Team Fit: Development and Validation of the Team Selection Inventory. *Journal of Managerial Psychology*, 19(4), 406-426.
- Burke, R. J., & Deszca, E. (1982). Preferred Organizational Climates of Type A Individuals. *Journal of Vocational Behavior*, 21, 50-59.
- Byrne, D., Griffitt, W., & Stefaniak, D. (1967). Attraction and Similarity of Personality Characteristics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5(1), 82-90.
- Campbell, J. P., Mchenry, J. J., & Wise, L. L. (1990). Modeling Job Performance in a Population. *Personnel Psychology*, 43, 313-333.
- Cartwright, D., & Harary, F. (1956). A generalization of Heider's theory. *Psychological Review*, 63(5), 277-292.
- Chuang, A., Shen, C.-T., & Judge, T. A. (2016). Development of a Multidimensional Instrument of Person-Environment Fit: The Perceived Person-Environment Fit Scale (PPEFS). *Applied Psychology: An International Review*, 65(1), 66-98.
- Chuang, Y.-T., Church, R., & Zikic, J. (2004). Organizational Culture, Group Diversity and Intra-Group Conflict. *Team Performance Management*, 26-34.
- Cüceloğlu, D. (2011). *İnsan ve Davranış* (22. Basım b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çiçek, I., Evcimen, İ. V., & Biçer, İ. H. (2018). Örgüsel Bağlamda Kişi-Grup Uyumu (Kuramsal Perspektif). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(3), 699-731.
- Çiçek, I., Evcimen, İ., & Biçer, İ. H. (2018). Örgütsel Bağlamda Uyum Metodolojisi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(3), 757-785.
- Demirtaş, A. H. (2003). Sosyal Kimlik Kuramı, Temel Kavram ve Varsayımlar. *İletişim : Araştırmaları*, 1(1), 123-144.
- Demirtaş, T. E. (2019). Kişilik ve Kişiliğin Temel Kavramları. D. G. Kurt, & E. Ç. Yıldız içinde, *Kişilik Kuramları, Gerçek Yaşamdan Kişilik Analizi Örnekleriyle* (4. b.). Ankara: Pegem.
- Eren, E. (2012). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Ewen, R. B. (1998). *An Introduction to Theories Personality*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publisher.
- Fatke, M. (2017). Personality Traits and Political Ideology: A First Global Assessment. *Political Psychology*, 5(36), 881-899.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2008). *Theories of Personality 7th Edition*. New York: McGraw-Hill.
- Ferris, G. R., Youngblood, S. A., & Yates, V. L. (1985). Personality, Training Performance, and Withdrawal: A Test of the Person-Group Fit Hypothesis for Organizational Newcomers. *Journal of Vocational Behavior*, 27, 377-388.
- Gibbard, K., Griep, Y., Cooman, R. D., Hoffart, G., Onen, D., & Zareipour, H. (2017). One Big Happy Family? Unraveling the Relationship between Shared Perceptions of Team Person-Team Fit and Team. *Frontiers in Psychology*, 8, 1-13.
- Greenberg, J., Schmader, T., Arndt, J., & Landau, M. (2015). *Social Psychology The Science of Everyday Life*. New York: Worth Publishers.

- Gruenfeld, D. H., Mannix, E. A., Williams, K. Y., & Neale, M. A. (1996). Group Composition and Decision Making: How Member Familiarity and Information Distribution Affect Process and Performance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67(1), 1–15.
- Gülduran, Ç. A., & Perçin, N. Ş. (2020). Beş Büyük Kişilik Özelliğinin Sanal Kaytarma Davranışı ve İş Performansı Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 37-56.
- Güney, S. (2004). *Açıklamalı Yönetim-Organizasyon ve Örgütsel Davranış Terimler Sözlüğü*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hackman, R. J., & Oldham, G. R. (1975). Development of the Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159-170.
- Hackman, R. J., Oldham, G., Janson, R., & Purdy, K. (1975). A New Strategy for Job Enrichment. *California Management Review*, 17(4), 57-71.
- Hackman, R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation Through the Design of Work: Test of a Theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16, 250-279.
- Hambric, D. C., Cho, T. S., & Chen, M. J. (1996). The Influence of Top Management Team Heterogeneity on Firm Competitive Moves. *Administrative Science Quarterly*, 41(4), 659-684.
- Hamilton, B. H., Nickerson, J. A., & Owan, H. (2003). Team Incentives and Worker Heterogeneity: An Empirical Analysis of the Impact of Teams on Productivity and Participation. *Journal of Political Economy*, 111(3), 465-497.
- Harmcanı, K. Y. (2018). Örgütsel Yaşamda Kişilik ve Performans İlişkisinde Pozitif Duygusallığın Aracı Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 321-341.
- Heider, F. (1944). Social Perception and Phenomenal Causality Psychological review . *Psychological Review*, 51(6), 358-373.
- Heider, F. (1946). Attitudes and Cognitive Organization. *Published as a separate and in The Journal of Psychology*, 21(1), 107–112.
- Hobman, E. V., Bordia, P., & Gallois, C. (2003). *Journal of Business and Psychology*, 17(3), 301-325.
- Hoffman, R. L. (1959). Homogeneity of Member Personality and its Effect on Group Problem-Solving. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58(1), 27-32.
- Holland, J. L. (1962). Some Explorations of a Theory of Vocational Choice: I. One-and Two-Year Longitudinal Studies. *Psychological Monographs: General and Applied*, 76(26), 1-49.
- Holland, J. L. (1963). Explorations of a Theory of Vocational Choice and Achievement: II. A Four-Year Prediction Study. *Psychological Reports*, 12(2), 547-594.
- Huczynski, A. A., & Buchanan, D. A. (2013). *Organizational Behaviour* (8. b.). Pearson.
- Hummon, N. P., & Doreian, P. (2005). Some Dynamics of Social Balance Processes: Bringing Heider Back Into Balance Theory. *Social Networks*, 25, 17–49.
- Ivancevich, J. M., & Matteson, M. T. (1984). A Type A-B Person-Work Environment Interaction Model For Examining Occupational Stress and Consequences. *Human Relations*, 37(7), 491-513.

- Jawahar, I. M., & Carr, D. (2007). Conscientiousness and Contextual Performance The Compensatory Effects of Perceived. *Journal of Managerial Psychology*, 22(4), 330-349.
- Kağıtçıbaşı, Z. (2020). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar* (23. b.). İstanbul: Evrim Kitap.
- Kristof, A. L. (1996). Person-Organization Fit: An integrative review of its conceptualizations, measurement, and implications. *Personnel Psychology*(49), 1-49.
- Kristof-Brown,, A. L., Zimmerman, R. D., & Jhonsan , E. C. (2005). Consequences of Individuals' fit at Work: A Meta-Analysis of Person–Job, Person–Organization, Person–Group and Person–Supervisor Fit. *Personnel Psychology*, 58, 281-342
- Lawrence, B. S. (1997). The Black Box of Ogranizational Demography. *Organization Science*, 8(1), 1-22.
- Lawler, E. E., Worley, C. G., & Creelman, D. (2011). *Managment Reset Organizing for Sustainable Effectiveness*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Lun, V.-C., & Bond, M. (2006).Achieving Relationship Harmony in Groups and Its Consequence for Group Performance.*Asian Journal of Social Psychology*,9(3),195-202.
- Mannix, E., & Neale, M. A. (2005). What Differences Make a Difference? The Promise and Reality of Diverse Teams in Organizations. *Psychological Science in the Public Interest*, 6(2), 31-55.
- Martins, L. L., Milliken, F. J., Wiesenfeld, B. M., & Salgado, S. R. (2003). Racioethnic Diversity and Group Members' Experiences: The Role Of The Racioethnic Diversity Of The Organizational Context. *Group & Organization Management*, 28(1), 75-106.
- McDonald , P., & Gandz, J. (1991). Identification of Values Relevant to Business Research. *Human Resource Management*, 30(2), 217-236.
- Metzler, V. L. (2006, Şubat). *Organizational Culture:Finding The Right Fit. Published Doctoral Thesis, Templete University*. ProQuest Information and Learning Company.
- Milliken, F. J., & Martins, L. L. (1996). Searching for Common Threads: Understanding The Multiple Effects of Diversity in Organizational Groups. *Academy of Management Journal*, 21(2), 402–433.
- Montoya, M. R., & Horton, R. S. (2012). A Meta-Analytic Investigation of The Processes Underlying The Similarity-Attraction Effect. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(1), 64–94.
- Motowidlo, S. J., & Scotter, J. R. (1994). Evidence That Task Performance Should Be Distinguished From Contextual Performance. *Journal of Applied Psychology*, 79(4), 475-480.
- Motowidlo, S. J., Borman, W. C., & Schmit, M. J. (1997). A Theory of Individual Differences in Task and Contextual Performance. *Human Performance*, 10(2), 71-83.
- Mount, M. K., Barrick, M. R., Scullen, S., & Rounds, J. (2005). Higher-Order Dimensions of The Big Five Personality Traits and The Big Six Vocational Interest Types. *Personalpsychology*, 447-478.
- Muchinsky, P. M., & Monahan, C. J. (1987). What Is Person-Environment Congruence? Supplementary Versus Complementary Models of Fit. *Journal of Vocational Behavior*(31), 268-277.
- Newcomb, T. M. (1979). Reciprocity of Interpersonal Attraction: A Nonconfilrmation of a Plausible Hypothes. *Social Psychology Quarterly*, 42(4), 299-306.

- Newell, A., Shaw, J. C., & Simon, H. A. (1958). Elements of A Theory of Human Problem Solving. *Psychological Review*, 65(3), 151–166.
- Oldham, G. R., & Fried, Y. (2016). Job Design Research and Theory: Past, Present and Future. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 136, 20–35.
- Oldham, G. R., Hackman, R. J., & Pearce, J. L. (1976). Conditions Under Which Employees Respond Positively to Enriched Work. *Journal of Applied Psychology*, 61(4), 39S-403.
- Onay, M. (2011). Çalışanın Sahip Olduğu Duygusal Zekanın ve Duygusal Emeğinin, Görev Performansı ve Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(4), 587-600.
- Özcan, E. D. (2011). *Örgüt Yapısı ve İş Tatmini*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Özdemir, E. (2015). İçsel İş Çevresi, Kişilik Özellikleri ve Sektör Algısının İş Tatmini ve İş Performansı Üzerindeki Etkisi Alanya Konaklama İşletmeleri Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pelled, L. H., Eisenhardt, K. M., & Xin, K. R. (1999). Exploring the Black Box: An Analysis of Wor Group Diversit Conflict, and Performanc. *Administrative Science Quarterly*, 44, 1-28.
- Pelz, D. C. (1956). Some Social Factors Related to Performance in a Research Organization. *Administrative Science Quarterly*, 1(3), 310-325.
- Pfeffer, J. (1985). Organizational Demography:Implicationsfor Management. *California Management Review*, 28(1), 67-81.
- Raja, U., & Johns, G. (2010). The Joint Effects of Personality and Job Scope on in-Role Performance, Citizenship Behaviors, and Creativity. *Human Relations*, 63(7), 981–1005.
- Rhodewalt, F. (2008). Personality and Social Behavior: An Overview. F. Rhodewalt içinde, *Personality and Social Behavior* (s. 1-11). New York: Taylor & Francis Group.
- Riordan, C. (2000). Relational Demography Within Groups: Past Developments, Contradictions,and New Directions. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 19, 131-173.
- Robertson, I., Gibbons, P., Baron, H., MacIver, R., & Nyfield, G. (1999). Understanding Management Performance. *British Journal of Management*, 10, 5–12.
- Rosenbaum, M. E. (1986). The Repulsion Hypothesis: On the Nondevelopment of Relationships. *Journal of Peisonality and Social Psychology*, 51(6), 1156-1166.
- Rotundo, M., & Paul R. Sackett, P. R. (2002). The Relative Importance of Task, Citizenship, and Counterproductive Performance to Global Ratings of Job Performance:A Policy-Capturing Approach. *Journal of Applied Psychology*, 87(1), 66–80.
- Ryckman , R. M. (2008). *Theories of Personality* (9. b.). Thomson Wadsworth.
- Saucier, G., & Goldberg, L. R. (2003). The Structure of Personality Attributes. M. R. Barrick , & A. M. Ryan içinde, *Personality and Work Reconsidering the Role of Personality in Organizations* (s. 1-29). San Francisco: Jossey-Bass .
- Schein, E. H. (2004). *Organizational Culturel Leadership* (3. b.). San Francisco: Jossey-Bass.
- Schneider, B. (1987). The People Make The Place. *Personnel Psychology*, 40(3), 437-453.

- Schneider, B., Smith, B., Taylor, S., & Fleener, J. (1998). Personality and Organizations: A Test of the Homogeneity of Personality Hypothesis. *Journal of Applied Psychology*, 83(3), 462-470.
- Seong, J. Y., & Kristof-Brown, A. L. (2012). Testing Multidimensional Models of Person-Group Fit. *Journal of Managerial Psychology*, 27(6), 536-556.
- Seong, J. Y., Kristof-Brown, A. L., Woo Park, W., Seung Hong, D., & Shin, Y. (2015). Person-Group Fit: Diversity Antecedents, Proximal Outcomes, and Performance at the Group Level. *Journal of Management*, 41(4), 1184-1213.
- Slowikowski, M. K. (2005, Kasım). Using the DISC Behavioral Instrument to Guide Leadership and Communication. *Aorn Journal*, 82(5), 835-843.
- Sonnentag, S., & Frese, M. (2002). Performance Concepts and Performance Theory. *Psychological Management of Individual Performance*, 23(1), 3-25.
- Strauss, J. P., Barrick, M. R., & Connerley, M. L. (2001). An Investigation of Personality Similarity Effects (Relational and Perceived) on Peer and Supervisor Ratings and The Role of Familiarity and Liking. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 74, 637-657.
- Sürgevil, O. (2008). Farklılık Kavramına ve Farklılıkların Yönetimine Temel Oluşturan Sosyo-psikolojik Kuramlar ve Yaklaşımlar. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(20), 111-124.
- Staples, S. D., & Zhao, L. (2006). The Effects of Cultural Diversity in Virtual Teams. *Group Decision and Negotiation*, 15, 389-406.
- Tajfe, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. J. T. Jost, & J. Sidanius içinde, *Political Psychology* (s. 276-293). Psychology Press.
- Tajfel, H. (1982). Social Psychology of Intergroup Relations. *Annual Reviews of Psychology*, 1-39.
- Tom, V. R. (1971). The Role of Personality and Organizational Images in the Recruiting Process. *Organizational Behavior and Human Performance*, 6(5), 573-592.
- Tsui, A. S., & O'Reilly III, C. A. (1989). Beyond Simple Demographic Effects: The Importance of Relational Demography in Superior-Subordinate Dyads. *Academy of Management Journal*, 32(2), 402-423.
- Udin, U., & Yuniawan, A. (2020). Psychological Capital, Personality Traits of Big-Five, Organizational Citizenship Behavior, and Task Performance: Testing Their Relationships. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 7(9), 781-790.
- Varoğlu, D. (2019). Temel İş Özellikleri. S. Yürür (Dü.) içinde, *Örgütsel Davranış Kuramları* (s. 281-312). İstanbul: Beta Basım Yayın .
- Vogel, R. M., & Feldman, D. C. (2009). Integrating The Levels of Person-Environment Fit: The Roles of Vocational Fit and Group Fit. *Journal of Vocational Behavior*, 75, 68-81.
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *İş,Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 196-211.
- Yildiz, H., & Kavak, O. (2017). The Regulatory Role of Compassion in The Influence of The Personality Trait of Responsibility on Task and Contextual Performance. *Journal of Management, Marketing and Logistic*, 9, 408-422.

- Welbourne, T. M., Johnson, D. E., & Erez, A. (1998). The Role-Based Performance Scale: Validity Analysis of A Theory-Based Measure. *Academy of Management Journal*, 41(5), 540-555.
- Werbel, J. D., & Johnson, D. J. (2001). The Use of Person-Group Fit for Employment Selection: A Missing Link in Person-Environment Fit. *Human Resource Management, Fall*, 40(3), 227-240.
- Westerman, J. W., & Cyr, L. A. (2004). An Integrative Analysis of Person-Organization Fit Theories. *International Journal of Selection and Assessment*, 12(3), 252-261.



# FİLM AFİŞLERİNDE YER ALAN GASTRONOMİK ÖĞELERİN İNCELENMESİ

Gencay SAATCI SAVSA,<sup>1</sup> Ezgi Can UŞAK<sup>2</sup>

## Öz

Gastronomi antropoloji, tarih, ekonomi, sosyoloji gibi birçok alanla bağlantılı bir kavramdır. Günlük hayatımızın içerisinde yer alan gastronominin yer aldığı diğer bir alan da sinema sektörüdür. Yemek sanatı, sinemadan etkilenmekte ve sinemayı etkilemektedir. Yeşilçam Sinemasında gastronomik unsurların yoğun olarak kullanıldığı bilinmekle birlikte bu eserlerin afişlerindeki gastronomik unsurların kullanım sıklığı araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Buradan hareketle çalışmanın amacı Yeşilçam Sineması afişlerinde yer alan gastronomik unsurları incelemektir. Çalışmanın amacı doğrultusunda, Türker İnanoğlu'nun 5555 Afişle Türk Sineması adlı kitabında yer alan afişlerde bulunan gastronomik öğeler incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre ateş imgesinin en fazla kullanılan imge olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte film isimlerinde de gastronomik öğelerin sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Sinema, Yeşilçam, Afiş.

**Jel Sınıflaması:** M31, M37, Z39.

## AN INVESTIGATION OF GASTRONOMIC ELEMENTS IN MOVIE POSTERS

### Abstract

Gastronomy is a concept related to many fields such as anthropology, history, economy and sociology. Another area where gastronomy takes place in our daily lives is the cinema sector. The art of food is influenced by and affects the cinema. Although it is known that gastronomic elements are used extensively in Yeşilçam Cinema, the frequency of use of gastronomic elements in the posters of these works is the subject of the research. From this point of view, the aim of the study is to examine the gastronomic elements in the posters of Yeşilçam Cinema. In line with the purpose of the study, the gastronomic elements in the posters were examined in Türker İnanoğlu's book which is Turkish Cinema with 5555 Posters. According to the results of the research, it has been revealed that the fire image is the most used image. However, it has been determined that gastronomic elements are frequently used in movie titles.

**Key Words:** Gastronomy, Cinema, Yeşilçam, Poster.

**Jel Code:** M31, M37, Z39.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, gencaysaatci@comu.edu.tr, ORCID NO: 0000-0002-7842-989X

<sup>2</sup> Doktorant, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, usakezgican@gmail.com, ORCID NO: 0000-0001-8533-869X

## 1. Giriş

Ateşin bulunmasıyla birlikte zamanla insanlar yemeklerini sadece pişirmekten öteye giderek lezzetini artırmak amacıyla çeşitli yöntemler geliştirmeye başlamışlardır (Özdemir ve Altınar, 2019). Ancak ateşin bulunması ve pişirme eyleminin başlaması toplumsal birlikteliğin gelişmesini de sağlamıştır. Yemek pişirme sanatının temelleri Mezopotamya'ya kadar uzanmaktadır. Sonrasında ise Anadolu ve Çin yemek kültürü olarak ayrılmış ve günümüzdeki hâlini almıştır. Tarihsel süreçte her toplum değişmeye mahkûmdur. Bir toplumun içinde meydana gelen değişim o toplumun içinde var olan bütün olguları değiştirebilme gücüne sahiptir. Din, dil, ırk, moda ve gelenek gibi sinema da bu değişimden kendi payına düşeni almaktadır. Sinema bulunduğu toplumun bir yansıması konumundadır. Bu nedenle sinema toplumdan ayrı bir olgu olarak düşünülemez ve toplumdan soyutlanamaz. Diğer bir ifade ile toplum sinemadan etkilenmekte ve toplumu da etkilemektedir (Sevinç, 2014). Diken ve Lausten (2012) toplum ve sinema ilişkisini şu şekilde açıklamaktadır:

Sinema, toplumsal teşhise değerli bir katkıda bulunur. Buna bağlı olarak toplumsal teori de dünyayı farklı, daha duygulanımsal ve daha yoğun bir şekilde kaydetmenin bir yolu olarak sinema aracılığıyla sanal ile ilişki kurma olanağına sahiptir... Bu duruma diyalektik açıdan bakıldığında bir anlamda sinema hayat, hayat da sinemadır ve sinemasal ile toplumsal, birlikteliklerinde ayrılan ve ayrılıklarında birleşen ikizlere benzer.

Toplum açısından bu kadar önemli olan sinemanın tanıtımı ise sinema afişleriyle yapılmaktadır. Afiş kelimesi Fransızca kökenlidir ve dilimize Fransızcadan geçmiştir. Candemir (2006)'e göre afiş "konusunu toplumsal yapı içinde yer alan gereksinimlere uygun sosyal, politik, ticari, kültürel alanlardan bir şeyi duyurmak ve tanıtmak, tasarım ve sanat kaygısının eşit ağırlıkta olduğu, halka açık yerlere asılan, genellikle görsel imge ve tipografik düzenlemeyi içeren, canlı ve estetik gösterge, basılı kâğıt, duvar ilanıdır." Afişin ana işlevi tanıtım yapmaktır. Bu nedenle afişin tasarımı, filmin izlenilirliğini etkilemektedir (Candemir, 2006).

Ülkemizde 1940-1980 yılları arasında oluşturulan sinema afişleri, konularıyla, kültür-yaşam unsurlarıyla doğrudan ya da dolaylı olarak toplumun kültürel yapısına göndermeler yapmaktadır. Bu göndermeler arasında gastronomik unsurlar da yer almaktadır. Bu çalışmada, 1950'li yıllardan 2000'li yıllara kadar yayımlanan Türk Sinema filmlerinin afişlerinde bulunan gastronomik unsurların belirlenmesi, afişlerdeki gastronomik unsurların yıllara ve çeşitlerine göre sınıflandırılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türker İnanoğlu (2004)'nun

5555 Afişle Türk Sineması kitabındaki afişler ele alınmış ve araştırmada 5555 afiş incelenmiştir.

## 2. İlgili Yazın

### 2.1. Gastronomi

1765 yılında Paris’te açılan restoranın etkisiyle yaşamak için yemek yeme anlayışının dışına çıkılması gastronominin dönüm noktalarından birini oluşturmuştur (Dilsiz, 2010). Gastronomi kelimesinin ortaya çıkış hikayesine bakıldığında ise M.Ö. IV. Yüzyıla kadar uzanmak gerekmektedir. O dönemde Archestratus tarafından yazılmış bir kitapta, bir şiir, gastronomia adı altında yazılmıştır. Archestratus, bu eserinde şiir formunda yemek tarifi vermekte ve muhabbet sofralarını anlatmaktadır. Diğer bir kitap olan “Lüks Yaşam” (The Life of Luxury) adlı kitabında ise iyi yiyecek ve şarapların Akdeniz Bölgesi’nde nerelerde bulunabileceğinin bilgisini vermiştir. Bu kitap gastronomi seyahati ile ilgili bilgiler sunmasından dolayı gastronomi ve turizmin birlikte ele alındığı ilk eser olma özelliği göstermektedir (Mutlu, 2020). Athenaeus adlı yazar ise Archestratus’tan yüzyıl sonra “Bilgelerin Ziyafeti” (Banquet of The Art) isimli eserinde gastronomi sözcüğünün nereden geldiği ve Yunanlıların yeme kültürü ile ilgili bilgiler vermiştir (Gürsoy, 2016). Joseph Berchoux’un 1801 yılında yazdığı “Gastronomi ya da Tarladan Sofraya İnsan” (Gastronomie ou L’Homme des Champs a Table) adlı eseri gastronomi kavramının literatüre girmesini sağlamıştır (Göker, 2011). Gastronomi ile ilgili ilk bilimsel çalışmayı ise literatüre 1825 yılında Jean Anthele Brillat Savarin kazandırmıştır (Mutlu ve Sandıkçı, 2022). 19. Yüzyılda ise yeme-içme edebiyatı adı altında soylulara daha iyi hizmet vermek için beslenme ile ilgili mesleklerin geliştirildiği görülmüştür (Algün, 2016).

Gastronomi kavramı, Yunanca gaster (mide) ve nomas (yasa) sözcüklerinden oluşmaktadır (Cömert ve Özkaya, 2014). Genel olarak gastronomi, *“içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalı”* olarak tanımlanabilir (Altaş, 2017). Gastronomi tek boyutlu bir kavram değildir. Altinel (2009) gastronominin üretim, tüketim ve her iki boyutu içeren üretim-tüketim olmak üzere 3 fonksiyonunun bulunduğunu ifade etmektedir. Bu fonksiyonlar aşağıdaki Şekil-1’deki gibidir:

## Şekil-1. Gastronominin Fonksiyonları

**Kaynak:** Altinel (2009)

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi gastronomi sadece yeme-içmeden ibaret olmayıp bir sanattır. Öyle ki yeme-içme ile gastronomi arasındaki fark örtünme ile giyinme arasındaki fark kadar fazladır ve bünyesinde estetik değerleri taşımaktadır (Hatipoğlu, 2010). Güzel yemek yapmak ve lezzetli bir yemek yemek, insanlar için her zaman önemli bir yere sahiptir. Ancak yemeğin bir turizm ürünü olması ve gastronomi kavramının doğması çok eskilere dayanmamaktadır. Bununla beraber akademik anlamda gastronomi çalışmaları özellikle son yıllarda önemli ölçüde artmış ve araştırmacılar yemek kültürüne ve gastronomiye daha fazla ilgi göstermeye başlamışlardır. Örneğin; gastronominin sosyal farklılıklara neden olduğunu vurgulayan (Hegarty ve O'Mahony, 2001; Garcia-Henche ve Cuesta-Valino, 2022; Koerich ve Müller, 2022), gastronominin destinasyona turist çekme açısından önemini ve gastronomi ile ilgili turist motivasyonunu açıklayan (Kivela ve Crofts, 2016; Leong vd., 2017; Seyitoğlu ve İvanov, 2020); gastronominin bir şehirde planlanması ve yönetilmesi konusuna vurgu yapan (Rinaldi, 2017) ve Türkler açısından gastronominin tarihini açıklamayı amaçlayan (Batu ve Batu, 2018) çalışmalar mevcuttur.

### 2.2.Yeşilçam Sineması

Türk Sinema Tarihi, Fuat Uzkınay yönetmenliğinde çekilen Ayastefanos'taki Rus Abidesinin Yıkılışı adlı film ile ortaya çıkmış ve sonrasında Osmanlı dönemindeki askeri kuruluşların idaresinde bir süre devam etmiştir. Bu süreç 1922 yılında Kemal Film'in kurulmasıyla sona ermiş ve Türk Sineması'nın ilk yılları bu şekilde tamamlanmıştır (Sivas Gülçur, 2020).

İlk dönemlerde bir sinema sanayi bulunmamaktadır. İzleyicinin azlığı, pahalılık nedeniyle sinemaya aktarılacak sermayenin azlığı, sinema yatırımının özel sektörün eline bırakılması ve modernleşme eksikliği modern toplumların erişiminde olan sinemanın oluşabilmesinin önünde engel oluşturmaktaydı. Ancak 1950’li yıllarda bu koşullar iyileştirildi (Akpınar, 2015). Bu yıllar çok partili döneme geçişin yaşandığı yıllardı. Türkiye Cumhuriyeti ABD’ye yakınlaşmaya ve devletçi politikadan özel girişime yönelmeye başlamıştı. Demokrat Parti ile ekonomik, siyasal ve kültürel değişimler, köylerden kentlere göçün o yıllarda artması Yeşilçam sinemasının da oluşmasına ortam hazırlamıştır. Bu şekilde Yeşilçam sineması kentli kesimin geleneklerinden beslenerek gelenek bağlarını kâra dönüştürmüştür (Çelik, 2010). Aşağıdaki Şekil-2’de Türk sinema tarihinin dönemlerini içeren yıllar ve özellikleri bulunmaktadır (Sivas Gülçur, 2020).

### **Şekil-2. Yeşilçam Sinemasının Dönemleri**

**Kaynak:** Sivas Gülçur (2020)

Şekil-2’de de görüldüğü üzere ilk zamanlarda tiyatronun etkisinde olan ve tiyatroya ait dekorasyon malzeme ve oyuncuların kullanıldığı sinema sektörü yetişmiş yöneticiler ve oyunculardan sonra kendi özünü oluşturmaya başlamış ve tiyatronun etkisinden kurtulmuştur. Böylece Yeşilçam 1960-1970’li yıllar arasında ulusal anlamda en çok sinema üreten sinema olmuştur.

Sanayileşme, köyden kente göç, teknolojik gelişme gibi birçok yenilik modernleşme ile ilgili kaygı ve korkuyu da beraberinde getirmiştir. Birçok filmde bu korku ve kaygının izleri

görülmektedir. Bununla birlikte Yeşilçam Sineması geleneksel değerlerin yanında bir tutum sergileyerek batılı değerleri bir yozlaşma tehlikesi olarak görmüş ve bunu da filmlerinde yansıtmıştır. Yeşilçam sinemasındaki sınıflar arası çatışma da bu anlamda kendini göstermiş tüm olumlu yönler alt sınıfa atfedilirken olumsuz yönler üst sınıfa atfedilmiştir (Çelik, 2010). Orta-alt sınıf erkekler; adil, gururlu ve şefkatli iken kadınlar ise terbiyeli, ailesine düşkün ve sessizdir. Ancak bununla birlikte zengin hayat hayali içinde olan ve çabuk kandırılan karakterlerdir (Akpınar, 2015). Kötü karakterler genellikle modern ve değişiklik taraftarı olarak resmedilmekte, iyi karakterler ise daha gelenekselden yana, masum ve güçsüz taraf olarak gösterilmiştir. Kötü olan güçlü, iyi olansa çoğu zaman güçsüz taraf olarak betimlenmiştir (Sevindi, 2016).

Yeşilçam Sineması'nın belli başlı temaları sürekli seyirciye sunan ve kendini tekrar eden bir yapıya sahip olması dikkat çekicidir. İyi-kötü, zengin-fakir gibi zıt karakterler arasındaki çatışmalar Yeşilçam Sineması'nın olmazsa olmaz unsuruydu ve çok zaman iyilerin kazanmasıyla ve mutlu kavuşmalarla biten mutlu sonlara sahipti. Bunlarla birlikte hastalık ve tesadüfler birçok filmde işlenen Yeşilçam Sinemasının önemli temalarındandı. Yeşilçam Sineması'nda toplumun yaşadığı sorunlar da sıkça işlenir ve geniş izleyici kitlesinin beğenisine sunulurdu. Köyden kente göç zamanlarında birçok film Doğu-Batı çatışmasını iyi ve zalim çatışması olarak karakterize edilerek işlenirdi (Akpınar, 2015).

Yeşilçam Sineması empati üzerinden seyircinin duygularını harekete geçirmeyi amaçlamaktadır (Sevindi, 2016). Bu nedenle hedef kitle çoğu zaman geniş halk topluluklarıdır. Bu halk toplulukları genellikle eğitimsiz, sinemada gördüğü olayları gerçek zannederek kendini o karakterlerle özleştiren, eleştiri yeteneği gelişmemiş kişilerdi ve bu filmleri izleyen topluluğun büyük bir kısmı karakterleri kendileriyle özdeşleştirmeyi seven kadınlardı (Akpınar, 2015).

Yeşilçam Sineması filmlerinin tanıtılması, pazarlanması ve böylece izlenmesi için film afişlerini kullanmaktaydı. Sinema afişleri genel olarak hiyerarşik bir düzende resmediliyordu. En önemli karakterler afişin büyük çoğunluğunu oluşturmakta nispeten daha az önemli karakterler ise küçük bir alan kaplamakta veya afişlere hiç eklenmemekteydi.

Türk kültürünün bir ürünü olan Yeşilçam Sineması ile ilgili akademik birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların çoğu Yeşilçam Sinemasında sıkça yer alan temalar ve karakterlerle ilgilidir (Balcı, 2011; Depeli, 2016; Müjde, 2016; Sevindi, 2016; Çakır, 2017a; Çakır, 2017b; Çıraklı ve Yemez, 2017; Akbaş, 2018; Çelik, 2021). Yeşilçam Sinemasında sıkça çalışılan diğer

konular ise Yeşilçam'ın modernite ve felsefe ile olan ilişkisidir (Çelik, 2010; Akpınar, 2015; Öztürk, 2020; Soyer, 2021).

### 2.3. Gastronomi ve Yeşilçam Sineması İlişkisi

Yemek yeme ihtiyacı insanoğlunun en temel ihtiyaçlarından biridir. Bu nedenle Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde ilk sırada bulunmaktadır. Ancak yemek bu kadarla sınırlı değildir. Antik çağdan bugüne kadar yemek; eğlenme, beraber vakit geçirme, katılım, gelenek, deneyim gibi çok boyutlu anlamlara da sahiptir. Bu unsurlar göz önüne alındığında gastronomi hem toplumu etkilemekte hem de toplumdan etkilenmektedir (Uçkan Çakır vd., 2020). Gastronominin bu önemi onun birçok alanla etkileşime girmesine sebep olmaktadır. Eskiden bu kavram üzerine yapılan çalışmalar beslenme uzmanlarıyla sınırlıydı ancak günümüze gelindiğinde gıda antropoloji, tarih, sosyoloji, felsefe ve ekonomi gibi alanları da içerecek şekilde genişlemiştir. Mutfak sanatı olarak değerlendirilen gastronominin, kültürel ve sosyal koşullardan kaynaklı ayrıntılı formlara sahip olduğu da belirtilmektedir (Blank, 2007).

Gastronominin etkilediği diğer bir alan ise sinemadır. Bunun yanı sıra sinema, ait olduğu kültüre dair bir metin yaratarak tarihsel ve kültürel mirasa atıfta bulunmaktadır. 19. yüzyıl sonlarında icat edilen sinema; davranış kalıpları oluşturmak, güzellik algısına yön vermek, yaşam tarzı oluşturmak gibi sebeplerle sıkça kullanılmaktadır. Ancak yemek olgusu ve sinemanın birleştiği ilk film 1895 yılında Auguste ve Louis Jean Lumiere tarafından çekilen Bebeğin Yemeği (Le repas du Bebe)'dir. Çekilen bu filmde bir bebek yemek yerken tasvir edilmektedir. Filmde bu sahne insanların teknolojiye karşı tavrını yumuşatmak amacıyla kullanılmıştır (Çakır, vd. 2020).

Toplumsal olaylar, teknolojik unsurlar gibi birçok değişiklik ve yenilik sinemayı etkilediği gibi kültürlerin yemekle olan ilişkisi de sinema filmlerini etkileme özelliğine sahiptir. Yemek yeme adabı, yenilen yiyecekler, içecekler, kültürlere göre değişen şekillerde sinemalarda ve dolayısıyla sinema afişlerinde de yer almaktadır.

Yemek, bir kültürün dâhilinde ve o kültürün etkisiyle şekillenir. Her kültürün yemekleri, sofrada adaptasyonu gibi unsurlar aynı değildir. Yeşilçam sinema afişlerine de yemek kültürünün etkileri yansımıştır. Hiçbir Yeşilçam Sineması afişinde domuz imgesine yer verilmez. Aslında birçok yemek kültürünün içerisinde olan domuz etinin İslam kültüründe yeri yoktur. Bu nedenle büyük bir çoğunluğu Müslümanlardan oluşan Türkiye'nin sinema afişlerinde de bu sebeple canlı ya da cansız domuz imgesine yer verilmez. Aynı şey deniz kabukluları için de geçerlidir.

Bu nedenle gastronominin, sinema kültüründe ve dolayısıyla sinema afişlerinde önemli bir yeri vardır.

Konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde ağırlıklı olarak; turizm tanıtım filmleri, tanıtım broşürleri ve gastronomi ilişkileri üzerinde durulmuştur (Tantu, 2021; Tuğan, 2021). Bununla birlikte Yeşilçam Sineması'nda gastronomi ve Yeşilçam Sineması afişlerinde gastronomik imgelerle ilgili bir çalışmaya henüz rastlanmamış olması da çalışmanın önemini ifade etmektedir.

### 3. Yöntem

Bu çalışmanın amacı Türker İnanoğlu (2004)'nin 5555 Afişle Türk Sineması adlı kitabında yer alan afişlerdeki gastronomik öğeleri inceleyerek Türk sinemasının afişlerinde gastronomik unsurlara ne kadar yer verildiğinin belirlenmesidir. Afişlerde yer alan gastronomik unsurların yıllara göre ne kadar yer verildiğinin saptanması bize o dönemin toplumsal dinamiklerini ve dönemin sıkıntılarının eleştirel bir bakış açısıyla ne derece yansıtılabildiğini de göstermektedir. Hayatın içerisinde sosyal ve kültürel önemli birer gösterge olan afişler aracılığıyla iletilmek istenen mesaj doğrudan izleyiciye yönlendirilmektedir. Diğer bir deyişle film afişleri, toplumun bir parçası olarak da ifade edilebilmektedir. Afişlerde yer alan öğeler genel olarak film hakkında bilgi verirken aynı zamanda toplumun içerisinde bulunduğu döneme ve koşullara da ayna tutmaktadır. Bu eserin araştırma verilerini toplamak için tercih edilmesindeki en önemli etken çalışma hakkındaki en kapsamlı kaynak olmasıdır. Çalışmanın amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. Türk sineması afişlerinde hangi yıllar arasında daha fazla gastronomik unsur kullanılmıştır?
2. Türk sineması afişlerinde hangi yıllar arasında hangi gastronomik unsur daha sık kullanılmıştır?

Araştırmanın amacına uygun olarak çalışmada göstergebilim analiz tekniği kullanılmıştır. Göstergebilim, sözlü, yazılı ve görsel iletişim biçimlerinde aktarılmak istenen anlamların çözülmesi ve bu anlamların altında yatan kültürel unsurların açığa çıkarılmasının sağlanması amacıyla kullanılan bir modeldir. Göstergebilim, anlamların çözümlenmesini sağlayan bir yöntemdir (Çılgınoğlu, 2022). Dolayısıyla etraftaki her şeyi gösterge sayılabildiğine göre göstergebilim oldukça geniş bir alana sahiptir. Bu doğrultuda özellikle



gastronomik unsurların yoğun olduğu ve içeriğinde sık sık gastronomik unsurların yer aldığı afişler bu yöntemle analiz edilmiştir.

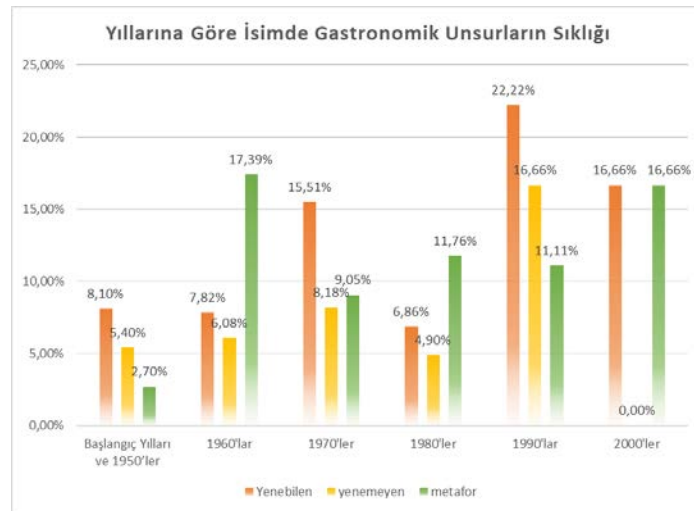
#### 4. Bulgular

Bu bölümde Türker İnanoğlu (2004)'nin 5555 Afişle Türk Sineması adlı kitabında yer alan 5555 afişin analizleri sunulmaktadır. Bu afişlerde yer alan gastronomik öğeler incelenmiştir. İncelemeler sonucunda 5555 afiş içerisinde 529 afişte gastronomik imge bulunmuştur. Bu imgeler 8 kategoride değerlendirilmiştir. İsimlerde yer alan gastronomik unsurlar, ateş imgesi, taşıma araçları, mutfak gereçleri, hayvansal ürünler, meyve, yemek masası ve diğer imgelerdir. Bu kategorilerin ve alt kategorilerin yıllarına göre sayıları belirlenerek hangi yıllarda hangi gastronomik unsurun daha çok kullanıldığı belirlenmiştir.

##### 4.1. İsimde Gastronomik Unsurlar

Grafik-1'de film isimlerinde yıllara oranla isimde gastronomik unsurların dağılımı verilmiştir. İsimde gastronomik unsurlar 3 kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler yenilebilen, yenemeyen ve metaforudur. Yenilebilen unsurlar, film isimlerinde bulunan ve yiyecek anlamıyla isimlendirilen film isimlerini ifade etmektedir. Diğer taraftan yenemeyen unsurlar “Balıkçı Güzeli” gibi yenemeyen gastronomik unsurlara işaret eden isimlerdir. Son olarak metafor kategorisi isimde mecaz anlamıyla kullanılmış metaforik unsurları içermektedir. “Acı Hayat” filmi bu kategoriye örnek teşkil etmektedir.

**Grafik-1. Yıllara Göre Film İsimlerinde Yer Alan Gastronomik Unsurlar**

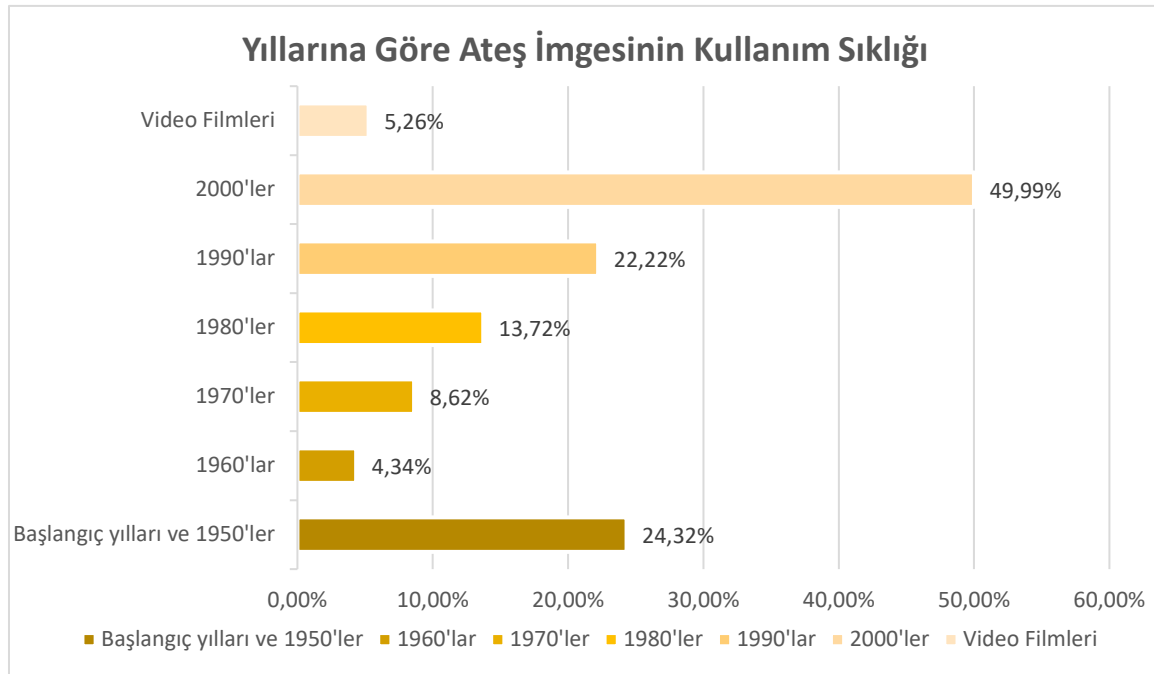


Yukarıdaki grafikte de görüldüğü üzere 1960'lı yıllarda gastronomik unsurlar isimde daha çok metaforik (%17,39) olarak kullanılmıştır. Diğer tarafta yenilebilen gastronomik unsurlar isimde en fazla 1990'lı yıllarda kullanılmıştır (%22,22). Yenemeyen gastronomik unsurlar yine en fazla 1990'larda kullanılmıştır (%16,66). Genel olarak grafiğe bakıldığında en fazla isimde gastronomik unsurların kullanıldığı on yıl 1990'lı yıllar olarak görülmektedir (%49,99).

#### 4.2.Ateş İmgesi

Aşağıdaki Grafik 2'de yıllara göre ateş imgesinin kullanılma sıklığı gösterilmektedir. Ateş, sadece pişirme eyleminin ortaya çıkmasına sebep olmayıp aynı zamanda yemeklerin lezzetini artırma çabasının da ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bununla birlikte toplumun bir arada olmasını diğer bir deyişle bir sofraya etrafında toplanma geleneğinin de ortaya çıkmasına vesile olduğu söylenebilir. Gastronomi denilince akla gelen ilk imgelerden biri olan ateş, konu çerçevesinde büyük bir öneme sahiptir. Bu öneminden dolayı bu çalışmada ateş tek bir kategori olarak ele alınmıştır.

**Grafik-2. Yıllara Göre Ateş İmgesinin Kullanımı**



Yukarıdaki Grafik-2'de görüldüğü üzere başlangıç yılları ve 1950'ler dışında film afişlerinde ateş kullanım sıklığı yıllara göre artış göstermektedir. Gastronomik unsur içeren filmler arasında ateş imgesinin en çok kullanıldığı yıllar 2000'li yıllar olarak tespit edilmiştir.

2000'lerde altı adet filmde gastronomik unsur bulunmaktadır ve bu filmlerin üçünde ateş imgesinin kullanımına yer verilmektedir. Başlangıç yılları ve 1950'lerde gastronomik unsura sahip afişler arasında ateş imgesinin kullanım oranı %24,32 ile ateş imgesinin en çok kullanıldığı ikinci 10 yıldır. Ateş imgesinin en az kullanıldığı 10 yıl ise 1960'lardır (%4,34).

### 4.3.Yiyecek ve İçecek Taşıma Araçları

Bu çalışmada yiyecek ve içecek taşıma araçları da gastronomik unsur kapsamında ele alınmaktadır. Bir ürün ortaya koymak isteyen insanlar ilk önce ham maddeleri kompleks bir ürüne dönüştürebilmek için o hammaddeyi marketlerden veya bahçelerden ürünü oluşturacakları yere götürmek zorundadır. Bu açıdan ele alındığında yiyecek ve içecek taşıma araçları da gastronominin bir halkasını oluşturmaktadır.

Yeşilçam Sinema afişlerinde kullanılan taşıma araçları incelendiğinde Türk kültüründe önemli yer tutan imgelerin de kullanıldığı görülmektedir. Sepet, küfe ve testi imgeleri Türk kültürü açısından önem arz eden unsurlardır. Sepet işlemeciliği, çanak çömlek yapımı özellikle eski yıllarda yoğun olarak icra edilen Türk El Sanatları unsurlarındandır. Söz konusu unsurlar Yeşilçam Sineması afişlerine de yansımaktadır.

**Tablo 1. Sepet ve Küfe ile Şişe ve Testi İmgelerinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı**

İmge	Yıllar	Gastronomik Unsur Bulunan Afiş Sayısı	Belirtilen İmgenin Bulunduğu Afiş Sayısı	%
Sepet ve Küfe İmgesi	Başlangıç ve 1950	37	4	10.81
	1960'lar	115	6	5,21
	1970'ler	232	12	5,17
	1980'ler	102	2	1,96
	1990'lar	18	0	0
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	0	0

Şişe-Testi İmgesi	Başlangıç ve 1950	37	4	10,81
	1960'lar	115	5	4,34
	1970'ler	232	21	9,05
	1980'ler	102	7	6,86
	1990'lar	18	1	5,55
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	6	31,57

Tablo 1 incelendiğinde sepet ve küfe imgesinin en fazla 1970'lerde kullanıldığı görülmektedir. Ancak yüzde olarak incelendiğinde sepet ve küfe imgesi başlangıç ve 1950'lerde daha yoğun olarak kullanılmıştır (%10,81). Bununla birlikte 1990'lar, 2000'ler ve video filmlerde sepet ve küfe imgesi hiç kullanılmamıştır. Şişe ve Testi imgesi ise yine en fazla 1970'lerde kullanılmıştır. Diğer taraftan yüzdesel olarak incelendiğinde bu imgeler video filmlerde daha yoğun olarak kullanılmıştır (%31,57). Öte yandan 2000'lerin Yeşilçam filmlerinin afişlerinde şişe ve testi imgesine hiç yer verilmemiştir.

#### 4.4.Mutfak Gereçleri

Gastronomi açısından önemi bulunan bir diğer kategori ise mutfak gereçleri kategorisidir. Yemek yaparken kullanılan ürünlerin kalitesi, yemeğin sunulduğu tabak ve bardak gibi gereçlerin görselliği bir ürünün lezzetinde ve pazarlanmasında kilit unsurlardır. Bu nedenle afişlerde bulunan mutfak gereçleri imgeleri de analiz edilmiştir. Mutfak gereçleri kategorisi iki alt kategoride incelenmektedir.

**Tablo 2. Kadeh-Bardak-Fincan-Tabak-Kâse ile Bıçak-Çatal-Kaşık-Satır İmgelerinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı**

İmge	Yıllar	Gastronomik Afişler	Yıllara Göre İmge Sayısı	%
	Başlangıç ve 1950	37	5	13,51

Kadeh-Bardak- Fincan-Tabak- Kâse	1960'lar	115	20	17,39
	1970'ler	232	33	14,22
	1980'ler	102	27	26,47
	1990'lar	18	3	16,66
	2000'ler	6	1	16,66
	Video Film	19	11	57,89
Bıçak-Çatal-Kaşık- Satır	Başlangıç ve 1950	37	5	13,51
	1960'lar	115	27	23,47
	1970'ler	232	50	21,55
	1980'ler	102	9	8,82
	1990'lar	18	2	11,11
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	4	21,05

Tabloda görüldüğü üzere mutfak gereçleri Yeşilçam Sineması afişlerinde sıkça kullanılmıştır. Kadeh-Bardak-Fincan-Tabak-Kâse imgeleri en çok 1970'lerde kullanılmış olsa da oransal açıdan incelendiğinde Video Filmlerde daha sık kullanılmıştır. Bu imgeler en az 2000'lerde kullanılmıştır. Bıçak-Çatal-Kaşık-Satır imgeleri ise en fazla 1970'lerde kullanılmıştır. Yüzdesele olarak incelendiğinde ise yoğun olarak 1960'larda kullanılmıştır. 2000'lerde ise bu imgeler kullanılmamıştır. Afişler incelendiğinde bu imgelerden en fazla bıçak imgesi kullanıldığı belirlenmiştir.

#### 4.5. Hayvansal Ürünler

Hayvansal ürünler Türk Kültüründe önemli bir yere sahiptir. Türkler hakkında çok fazla bilgi sahibi olmayan yabancı turistlerin hem kendi ülkelerinde hem de Türkiye'de röportajlara verdikleri yanıtlarda, Türkiye ile özdeşleştirdikleri unsurlar genellikle baklava ve kebab olmaktadır. Türk döneri, Türk kebabı artık sadece Türkiye'de değil birçok farklı ülkede de erişilebilen ve beğenilen Türk lezzetleri arasındadır. Bu nedenle Yeşilçam Sineması afişleri incelenirken bu unsurlar da göz önüne alınmış ve hayvansal ürünler kategorileştirilmiştir. Hayvansal kategoriler iki alt kategoriden oluşmaktadır. Kırmızı et ve tavuk-balık alt kategorileri ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

**Tablo 3. Kırmızı Et ile Balık ve Tavuk İmgelerinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı**

İmge	Yıllar	Gastronomik Afişler	Yıllara Göre İmge Sayısı	%
Kırmızı Et	Başlangıç ve 1950	37	1	2,70
	1960'lar	115	4	3,47
	1970'ler	232	17	7,32
	1980'ler	102	6	5,88
	1990'lar	18	2	11,11
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	1	5,26
Balık ve Tavuk	Başlangıç ve 1950	37	4	10,81
	1960'lar	115	0	0
	1970'ler	232	9	3,87
	1980'ler	102	3	2,94
	1990'lar	18	0	0
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	0	0

Tablo incelendiğinde kırmızı et imgesinin 1970'lerde daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Ancak 2000'lerde kırmızı et imgesine afişlerde hiç yer verilmemiştir. Balık ve tavuk imgesi sayısal olarak incelendiğinde yine 1970'lerde daha çok kullanılmış ancak oransal olarak incelendiğinde başlangıç ve 1950'lerde daha sık kullanılmıştır. 1990'larda, 2000'lerde ve Video Filmlerde bu imge hiç kullanılmamıştır. Türklerin kırmızı ete olan düşkünlüğü dikkate alındığında film afişlerinde kırmızı et imgesinin sık kullanılmaması ilginç bir sonuç olmakla beraber tavuk ve balık imgesine oranla daha çok kullanılmış olması ise beklenen bir sonuçtur.

#### 4.6.Yemek Masası İmgesi

Yemek masası veya sofrta hazırlanan ürünlerin sunulduğu kısım ve gastronomi sürecinin son aşaması olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte yemek masası veya sofrta Türklerde önemli bir yere sahiptir. Bunun nedeni ailenin, dostların bir araya geldiği yer olmasıdır. Bu nedenle Türk kültüründe akşam yemeklerinin aynı masada beraber yenilmesi, babanın masanın başına oturması gibi birçok geleneğin de bulunduğu bir alan olarak ifade edilmektedir. Bununla birlikte çilingir sofrası tabiri de sofranın sadece yemek yenilen yer olmadığını kanıtı bir tabirdir. Türkler için sofrta kimi zaman aileyle hep birlikte olmak anlamına gelirken kimi zaman dostlarla hasbihal etmek anlamını çağırıştırabilmektedir.

**Tablo 4. Yemek Masası İmgesinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı**

İmge	Yıllar	Gastronomik Afişler	Yıllara Göre İmge Sayısı	%
Yemek Masası ve Sofra İmgesi	Başlangıç ve 1950	37	0	0
	1960'lar	115	3	2,60
	1970'ler	232	18	7,75
	1980'ler	102	14	13,72
	1990'lar	18	1	5,55
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	13	68,42

Yukarıdaki Tablo 4 incelendiğinde yemek masası ve sofrta imgelerinin, sayısal olarak 1970'lerde sıkça kullanılmasıyla birlikte oransal olarak video filmlerde en yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Bununla birlikte başlangıç ve 1950'lerde ile 2000'lerde yemek masası ve sofrta imgesinin hiç kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

#### 4.7.Diğer İmgeler

Toprak-tarla, bahçe ve meyve-sebze Türk kültüründe önemli bir yere sahiptir. Birçok filmde de köylerden şehirlere yeni gelmiş; toprak, tarla ve bahçeyle uğraşan insanların işlendiği

görülmektedir. Meyve ve sebze ise ister zengin evlerinde isterse fakir evlerinde sıklıkla sahnelerde yer alan imgelerdendir.

**Tablo 5. Toprak-Tarla-Bahçe ve Meyve-Sebze İmgelerinin Yıllara Göre Kullanım Sıklığı**

İmge	Yıllar	Gastronomik Afişler	Yıllara Göre İmge Sayısı	%
<b>Toprak-Tarla-Bahçe</b>	Başlangıç ve 1950	37	1	2,70
	1960'lar	115	2	1,73
	1970'ler	232	1	0,43
	1980'ler	102	0	0
	1990'lar	18	0	0
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	0	0
<b>Meyve-Sebze</b>	Başlangıç ve 1950	37	1	2,70
	1960'lar	115	2	1,73
	1970'ler	232	8	3,44
	1980'ler	102	1	0,98
	1990'lar	18	0	0
	2000'ler	6	0	0
	Video Film	19	1	5,26

Yukarıdaki Tablo 5'te de görüldüğü üzere toprak-tarla-bahçe imgeleri Türk sineması afişlerinde çok az gösterilmektedir. Bu imgeler sayısal olarak en fazla 1960'ların afişlerinde gastronomik unsur olarak yer almış ve toplam dört adet kullanılmıştır. Meyve ve sebze imgelerinin ise 1970'lerde en yoğun olarak kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

## 5. Sonuç ve Değerlendirme

1950'li yıllardan itibaren Türkiye'de sosyal ve kültürel değişimler hız kazanmış ve bu durum Yeşilçam Sinemasına da yansımıştır. Bu dönemlerde Yeşilçam Sineması yönetmen ve



senaristleri söz konusu değişiklikleri sinema perdesine aktararak seyirciye izlettirme çabasına girmişlerdir. Özellikle 1960 ve 1970’li yıllarda ekonomik, sosyal ve kültürel değişim Yeşilçam Sinemasının ana malzemesi haline gelmiştir. Yeşilçam Sinemasına da yansıyan değişimlerin izleri sinema afişlerinde de yer almıştır. Bu nedenle afişlerde belli başlı temalar fazlasıyla öne çıksa da birbirinden farklı sinema afişleri de Yeşilçam Sineması tarihi boyunca öne çıkmıştır.

Bu çalışmada Yeşilçam Sineması afişlerinde bulunan gastronomik unsurlar incelenmiştir. Türker İnanoğlu (2004)’nun 5555 Afişle Türk Sineması adlı kitabından yararlanılarak hangi tarihlerde afişlerdeki gastronomik imgelerin fazla olduğu, hangi imgelerin daha fazla kullanıldığı incelenmeye çalışılmıştır. Bu incelemede kullanılan imgelerden yola çıkılarak afişler isimde gastronomik unsurlar, ateş imgesi, yiyecek ve içecek taşıma araçları, mutfak gereçleri, hayvansal ürünler, yemek masası olmak üzere altı kategoride incelenmiştir.

5555 afişin içerisinde toplam 529 adet gastronomik unsur bulunan afişe rastlanmıştır. Film isimlerinde yoğun olarak gastronomik unsurlar kullanılmıştır. Bu gastronomik unsurlar yenilebilen, yenemeyen ve metaforik olarak üç ayrı kategoriye ayrılmıştır. Yenilebilen unsur bulunan film isimleri en çok 1990’lı yıllarda bulunmaktadır. “Ekmek”, “Karışık Pizza”, “Fasulye” filmleri yenilebilen unsurlara sahip film isimlerine örnek gösterilebilmektedir. Yenemeyen unsur bulunan film isimleri yine en çok 1990’lı yıllarda bulunmaktadır. “Yengeç Sepeti”, “Abuzer Kadayıf” filmleri buna örnek teşkil etmektedir. Bunun nedeni 1990’lı yılların genel olarak en fazla isimde gastronomik unsurların kullanıldığı yıllar olarak ortaya çıkmış olmasıdır. Metaforik unsur bulunan film isimleri ise en çok 1960’lı yıllarda kullanılmıştır. “Tatlı Günah”, “Acı Aşk”, “Acı Tesadüf” de bu filmlere örnek olarak gösterilebilmektedir.

Yeşilçam Sineması afişlerinde ateş imgesi de çok sık kullanılmaktadır. Bu nedenle tek bir kategori altında incelenmiştir. Afişler incelendiğinde ateş imgesinin en çok 2000’li yıllarda kullanıldığı görülmektedir. Başlangıç ve 1950’li yıllarda da ateş imgesi yoğun olarak kullanılmıştır. Diğer taraftan ateş imgesinin en az kullanıldığı yıllar 1960’lar ve video filmlerdir. Ateş, insanların ilk defa sosyalleşebilecekleri bir ortam sağlayan önemli bir unsur olarak değerlendirilebilmektedir. Ateş ile insanlar yemeklerini pişirebilmiş, sosyalleşebilmiş, vahşi hayvanlardan ve soğuktan korunabilmişlerdir. Bunun yanı sıra ateş, biyolojik açıdan daha sağlıklı bir hayata adım atılmasını da sağlamıştır. Ateş, insanlık tarihi için en önemli keşiflerden biri olmuştur. Ateş imgesinin film afişlerinde çok sık kullanılmasının nedeni ise gastronomik olarak anlam bulmasından ziyade afişte seyirciyi filme çekecek dikkat çekici bir görüntü oluşturmak olduğu tespit edilmiştir. Bunun dışında film isimlerinde gastronomik unsurlara da sıklıkla yer verilmiştir.

Afişlerde yiyecek ve içecek taşıma araçlarının kullanım sıklığı çok yoğun değildir. Bunun yanında Türk kültürüne ait imgeler Yeşilçam Sineması afişlerinde yer almaktadır. Bu imgeler sepet küfe ve testi imgeleridir. Afişler incelendiğinde sepet ve küfe imgeleri en çok başlangıç ve 1950’li yıllarda kullanılmıştır. Ancak bununla birlikte 1970’li yıllarda da bu imgeler 12 afişte yer almaktadır. Diğer taraftan 1990’larda, 2000’lerde ve video filmlerde bu imgeler hiç kullanılmamıştır. Şişe ve testi imgesinin kullanım sıklığı incelendiğinde ise video filmlerde bu imgelerin yüzdesel olarak sık kullanıldığı ancak 2000’li yıllarda hiç kullanılmadığı görülmüştür. Bu durumun sebebi toplumsal alışkanlıkların değişmesi olarak yorumlanabilmektedir.

Mutfak gereçleri hem yemek yapımında hem de sunumunda önem taşımaktadır. Bu nedenle mutfak gereçleri gastronomik unsur olarak kategorileştirilmiştir. Mutfak gereçleri kategorisi incelendiğinde Kadeh-Bardak-Fincan-Tabak-Kâse imgeleri en çok video filmlerde en az ise başlangıç ve 1950’li yıllarda kullanılmıştır. Bıçak-Çatal-Kaşık-Satır imgeleri ise en çok 1960’lı yıllarda kullanılmıştır. Diğer taraftan 2000’lerde bu imgelere yer verilmemiştir. Bu durumun da sebebinin birbiriyle ilişkili olmasından dolayı yukarıda sebebi açıklanan etkenlerle benzerlik göstermesinin muhtemel olduğu düşünülmektedir.

Hayvansal ürünler özellikle Türk kültüründe önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle afişler incelenirken bu imgeler de ayrı bir kategori olarak incelenmiştir. Kırmızı et imgesi en fazla 1990’larda kullanılmıştır. Bu imge 2000’li yıllarda ise hiç kullanılmamıştır. Kırmızı etin önemli olduğu Türk kültüründe kırmızı et imgesinin çok az kullanılmış olması dikkat çeken bir sonuç olarak ifade edilebilmektedir. Balık ve Tavuk imgesinin ise neredeyse hiç kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sofra, Türk kültüründe sadece yemek yeme işlevinden öte bir anlam ifade etmektedir. Bu nedenle yemek masası imgesi Yeşilçam Sineması afişlerinde sıklıkla kullanılmıştır. Afişler incelendiğinde özellikle video filmlerde sıklıkla kullanılmıştır. Ancak başlangıç ve 1950’lerin ve 2000’lerin afişlerinde bu imgeye hiç yer verilmemiştir. Afişlerde bu imgelerin filmin odak noktası olmaması bu imgelerin çok sık kullanılmamasının bir sebebi olarak açıklanabilmektedir.

Diğer kategoride ise toprak-tarla ve bahçe imgeleri beklenenin aksine çok az kullanılmıştır. Bunun sebebi genel olarak köyden kente göç gibi konuların sıklıkla işlenmesinden dolayı, köye ait imgelerin afişlerde az kullanılmış olması söylenebilmektedir. Meyve ve sebze imgeleri de toplam 13 adet kullanılmıştır. Meyve ve sebzelerin afişlerde az

bulunması tamamen rastlantısal olabileceği gibi halkın bu ürünlere ulaşımının kısıtlı olmasının bir eleştirisi de olarak da değerlendirilebilmektedir.

Yeşilçam Sineması Türklerin ne izlediği, neye sinirlendiği, nelerden hoşlandıkları ve neye değer verdikleri ile ilgili bir sürü ipucunu saklamaktadır. İncelendiğinde, Yeşilçam Sineması belki bir tarih kitabında okunabilecek olaylara ilişkin bilgiler sunabilmekte ve en önemlisi toplumun dinamiklerini de yansıtabilmektedir. İleride yapılacak olan çalışmalara ve araştırmacılara bu bilgilerden yola çıkarak Türk kültüründe kadının yeri ve erkeğin yerinin ne olduğu, bunun 1950’lerden 2000’lere değişip değişmediği, modernitenin sinemadaki yansımalarının ne olduğu ve yurtdışı algısının nasıl olduğu gibi sorulara cevap aramaları önerilmektedir.

### Kaynakça

- Akbaş, E. (2018). Yeşilçam Sinemasında dinsel ve tarihsel imge kullanımı. *Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim*, (1), 172-202.
- Akpınar, Ş. (2015). Melodram ve modernite ilişkisi bağlamında, Yeşilçam Sinemasında Avrupalılık görünümünün kadın karakterler üzerinden temsili: Kezban filmleri çrneği. *Turkish Studies*, 10(10), 61-80.
- Algün, V. (2016). *Gastronomik bir öge olarak üzümün görsel sanatlardaki biçimleri: sosyo-kültürel ve tarihsel bir inceleme*. (Yayın No: 441047) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi].
- Altaş, A. (2017). Ülke tanıtım çalışmaları kapsamında kullanılan gastronomik öğeler: “Home of Turkey” kampanyası afişleri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 81-102.
- Altınel, H. (2009). *Gastronomide menü yönetimi*. (Yayın No: 261801) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Balcı, D. (2011). *Yeşilçam Sinemasında gayrimüslim temsilleri (1960-1975)* (Yayın No: 290798) [Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi].
- Batu, A. ve Batu, H. S. (2018). Historical background of Turkish gastronomy from ancient times until today. *Journal of Ethnic Foods*, 5(2), 76-82.
- Blank, G. (2007). Food and cultural consumption. G. Ritzer (Ed.), *Blackwell encyclopedia of sociology* (pp.721-724). Blackwell.
- Candemir, T. (2006, 16-18 Kasım). *Türk sinema afişlerinde geleneksel kültür göstergeleri*. [Konferans bildirisi]. Uluslararası Geleneksel Sanatlar Sempozyumu, İzmir.
- Cömert, M. ve Özkaya, F. (2014). Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.

- Uçkan Çakır, M., Şengül, S. ve Parmaksızoğlu, E. (2020). Sinema perdesinde gastronomi görüntüsü: yemeğin sosyolojik yansımaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3173-3191.
- Çakır, S. (2017a). Popüler romanlardan Yeşilçam melodramlarına bir uyarılma örneği: Hıçkırık. *Sinefilozofi*, 2(3), 79-111.
- Çakır, S. (2017b). Yeşilçam sineması ve masal formu: Ayşecik. *Turkish Studies*, 12(21), 133-150.
- Çelik, F. (2010). Modernleşme serüvenimiz ve Yeşilçam. *Sanat Dergisi*, (17), 31-37.
- Çelik, T. (2021). Yeşilçam sinemasında kökensel bir nitelik olarak kader teması: modernleşme kaygılarından melodramın şefkatli kollarına. *Aurum Journal Of Social Sciences*, 6(1), 1-23.
- Çılğınoğlu, H. (2022). Televizyon dizilerinde izleyicilere sunulan gastronomik öğelerin belirlenmesi: Gönül Dağı dizisi örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57(2), 1441-1455.
- Çıraklı, M. Z. ve Yemez, Ö. (2017). Yeşilçam melodramlarında veremli kadın imgesi ve Son Beste (1955) filmi. *Turkish Studies*, 12(34), 131-142.
- Depeli, G. (2016). Emine Mine, hepsi sensin be kızım”: Yeşilçam sinemasının eril fantezisi/the male phant. *Fe Dergi*, 8(2), 124-137.
- Diken, B. ve Laustsen, C. B. (2012). *Filmlerle sosyoloji*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye’de gastronomi ve turizm: İstanbul örneği*. (Yayın No: 264485) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi].
- Galvez, J. C. P., Granda, M. J., Lopez-Guzman, T. and Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, (32), 604-612.
- García-Henche, B. and Cuesta-Valiño, P. (2022). The increasing visibility of women in gastronomy. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 30, 100589.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların gastronomi üzerine etkileri: Bodrum’daki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. (Yayın No: 273179) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi].
- Hegarty, J. A. and O’Mahony, G. B. (2001). Gastronomy: a phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living. *International Journal Of Hospitality Management*, 20(1), 3-13.
- İnanoğlu, T. (2004). *5555 afişle Türk sineması*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Kivela, J. and Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Koerich, G. H. and Müller, S. G. (2022). Gastronomy knowledge in the socio-cultural context of transformations. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 29, 100581.

- Leong, Q. L., Ab Karim, S., Awang, K. W. and Bakar, A. Z. A. (2017). An integrated structural model of gastronomy tourists' behaviour. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 573-592.
- Mutlu, H. ve Sandıkçı, M. (2022). Gastronomi envanteri oluşturulması: gastronomi şehri Afyonkarahisar örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1168-1195.
- Müjde, K. A. (2016). Yeşilçam'da körlüğün temsili: trajik, tıbbi ve zamansız. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 3(1), 1-12.
- Özdemir, G. ve Altın, D. D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Öztürk, S. (2020). Yeşilçam sinemasında felsefeyi aramak. *Sinefilozofi*, 5(10), 764-768.
- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: a multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 9(10), 1-25.
- Sevinç, Z., (2014). 2000 sonrası yeni Türk sineması üzerine yapısal bir inceleme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 40, 97-118.
- Sevindi, K. (2016). Sosyo-kültürel bağlamıyla Yeşilçam'daki kötü adam temsilleri: köy ağaları örneği. *Medeniyet Sanat, İMÜ Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 2(1), 61-78.
- Seyitoğlu, F. and Ivanov, S. (2020). A conceptual study of the strategic role of gastronomy in tourism destinations. *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 21, 100230.
- Sivas Gülçur, A. (2020). Bu toprakların iletişim tarihi. İçinde E. Çağlak (Ed.), *Türk sinemasında Yeşilçam dönemi*. (ss.227-235). Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Soyer, F. (2021). Türk sinemasında modernleşme bağlamında kadın bedeninin dönüşümü: melodramlarda pygmalion etkisi ve ideal kadın temsili. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 6(11), 144-158.
- Tantu, Y. (2021). *Gastronomi turizminde kullanılan basılı tanıtım materyallerinin görsel algı kuramlarına göre incelenmesi*. (Yayın No: 673675) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi].
- Tuğan, U. S. (2021). *Türkiye ve İspanya'nın tanıtımında kullanılan turistik tanıtım filmlerinde gastronomik öğelerin kullanımı ve karşılaştırmalı analizi*. (Yayın No: 677043) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi].

# ENDÜSTRİ 4.0 İLE KATMANLI ÜRETİMİN BÜTÜNLEŞMESİNİ KOLAYLAŞTIRAN FAKTÖRLERİN YORUMLAYICI YAPISAL MODELLEME İLE ANALİZİ

Yeşim CAN SAĞLAM<sup>1</sup>

Öz

Hızlı prototipleme veya üç boyutlu (3B) baskı isimleriyle de anılan katmanlı üretim, geleneksel bilgisayar destekli üretimin aksine malzemelerin birleştirilerek üst üste eklenmesi felsefesine dayanan ve karmaşık geometri nesnelerin üretilmesini mümkün kılan bir üretim yöntemidir. Bilişim teknolojilerinin endüstriyi bir araya getirmesiyle ortaya atılan endüstri 4.0 ise, nesnelerin ortak bir iletişim ağıyla birbirleriyle haberleşmesini mümkün kılan 4. Sanayi devrimi olarak nitelendirilmektedir. Endüstri 4.0'ın temel amacı, insan gücüne bağımlılığı azaltmak, daha az maliyetle üretim çözümleri oluşturarak daha etkili, hızlı ve esnek yapı inşa etmektir. Mevcut literatür her ne kadar katmanlı üretimin endüstri 4.0 ile bütünleşmesinin ortaya çıkaracağı avantajlardan bahsetse de, endüstri 4.0 ve katmanlı üretimin bütünleşmesini mümkün kılan faktörlerin taşıdığı önemi derecelendirme bağlamında oldukça az sayıda çalışma vardır. Bu çalışmanın amacı, endüstri 4.0 ile katmanlı üretimin bütünleşmesini kolaylaştıran faktörleri literatür incelemeleri ile elde etmek ve uzman görüşleri yardımıyla bu faktörler arasındaki ilişkiyi Yorumlayıcı Yapısal Modelleme ile analiz etmektir. Yorumlayıcı Yapısal Modelleme yöntemiyle faktörler arasındaki ilişkiler tespit edilmiş ve MICMAC analiziyle ise belirlenen faktörlerin endüstri 4.0 ile katmanlı üretimin bütünleşmesini kolaylaştırması açısından önemi bağımlılık ve etkilene seviyelerine göre ortaya konulmuştur. Analizler sonucunda ortaya çıkan hiyerarşik ilişkiler modeline göre, endüstri 4.0 ile katmanlı üretimin bütünleşme sürecini kolaylaştıran en önemli faktör olarak nesnelerin interneti bulunmuştur.

**Anahtar kelimeler:** Katmanlı üretim, Yorumlayıcı yapısal modelleme, Endüstri 4.0, MICMAC analizi

**Jel Sınıflaması:** M10, M11, L60

## ANALYSIS OF FACTORS FACILITATING THE INTEGRATION OF ADDITIVE MANUFACTURING AND INDUSTRY 4.0 WITH INTERPRETIVE STRUCTURAL MODELING

ABSTRACT

Additive manufacturing, also called rapid prototyping or three-dimensional (3D) printing, is a production method based on combining materials and adding them on top of each other and making it possible to produce objects with complex geometries, unlike traditional computer-aided production. Industry 4.0, which was introduced by the combination of information technologies and industry, is described as the 4th Industrial Revolution, which makes it possible for objects to communicate with each other through a common communication network. The core purpose of Industry 4.0 is to reduce the dependence on manpower and to build a more effective, fast and flexible structure by creating a production schedule with less cost. Although the extant literature mentions the advantages of the integration of additive manufacturing with industry 4.0, there are very few studies in the aspect of rating the factors that enable the integration of industry 4.0 and additive manufacturing. The purpose of this research is to obtain the factors facilitating the integration of Industry 4.0 and Additive Manufacturing through literature reviews and to analyze the relationship between these factors with Interpretive Structural Modeling with the assist of expert opinions. The relationships between the factors were determined by the Interpretive Structural Modeling method, and the importance of the factors determined by MICMAC analysis in facilitating the integration of industry 4.0 with additive manufacturing was revealed according to their dependency and influence levels. According to the hierarchical relations model that arise as a result of the analyzes, the internet of things was found to be the most significant factor facilitating the integration process of industry 4.0 as well as additive manufacturing.

**Keywords:** Additive manufacturing, Interpretive structural modeling, Industry 4.0, MICMAC analysis

**Jel Classification:** M10, M11, L60

<sup>1</sup> Dr., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, KOCAELİ  
e-posta: yesimcan @gtu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0528-6135

## 1. Giriş

Son yıllardaki üretim sistemleri, müşteriye özel ve çok yönlü üretim sağlayan aynı zamanda geleneksel üretime bir alternatif sunan katmanlı üretimi giderek daha fazla benimsemektedir. Endüstri 4.0 ise geleneksel makine imalatını dijital imalata dönüştürme yaklaşımını ortaya çıkarmıştır. Siber-fiziksel sistemler, dijitalleşme, büyük veri yönetimi, nesnelerin interneti ve bulut bilişim gibi endüstri 4.0 teknolojilerinin hızlı gelişimi, üretim sistemlerinde önemli bir devrime yol açarak onları daha otonom, özelleştirilmiş ve verimli hale getirmiştir (Wankhede ve Vinodh, 2021: 1591). Yazılım, sensor ve benzeri bilgisayar teknolojileri ile donatılmış cihazlar birbirleriyle haberleşerek veri aktarımı ve gerçek zamanlı izleme sağlamaktadır (Ashima vd., 2021: 5081). Endüstri 4.0 katmanlı üretim ile entegre edildiğinde ise, tedarik zincirlerine hızlı teslimat ve özelleştirilmiş üretim yapma imkanı sağlamaktadır (Wankhede ve Vinodh, 2021: 1591). Çeşitli üretim tekniklerini ve teknolojilerini kapsayan katmanlı üretim, firmalar üzerinde özellikle üretim operasyonları ve tedarik zinciri açısından önemli bir etkiye sahiptir (Turkcan vd., 2022: 1). Endüstri 4.0 ile katmanlı üretimin bütünleşmesi, yalnızca müşterinin özelleştirilmiş ürünler elde etmesine yardımcı olmakla kalmayıp, aynı zamanda üreticinin daha verimli üretim akışı sağlamasına da yardımcı olmaktadır. Nesnelerin interneti gibi endüstri 4.0 teknolojileri gelişmiş özelliklere sahip karmaşık nesnelere üretme yeteneği nedeniyle, katmanlı üretimin benzersiz ürünler üretmesine yardımcı olmaktadır (Wankhede ve Vinodh, 2021: 1591).

Günümüzün rekabetçi ortamında firmaların operasyonlarını sürdürebilmesi için katmanlı üretime geçmelerinin gerekliliği literatürde sıklıkla vurgulanmaktadır (Turkcan vd., 2022: 1). Çünkü katmanlı üretim firmaların ürün geliştirme döngüsünü kısaltmakta, enerji tüketimini azaltmakta, daha iyi takım çalışmasını mümkün kılmakta ve dolayısıyla uygun maliyetli ürünler üretmeyi kolaylaştırmaktadır (Elhazmiri vd., 2022: 318). Katmanlı üretim büyük bir potansiyele sahip olsa da, uygulamada bazı sorunlara neden olduğu görülmektedir. Örneğin, ek olarak üretilmiş ürünlerin daha az dayanıklı olması veya düşük kalitede olması gibi dezavantajlara sahiptir. Fakat katmanlı üretimin neden olduğu bu sorunlar, endüstri 4.0'ın sunduğu teknolojiler ile aşılabılır (Hernandez Korner vd., 2020: 2; Wankhede ve Vinodh, 2021: 1592). Bu nedenle katmanlı üretim ve endüstri 4.0 entegrasyonunu mümkün kılacak faktörlerin belirlenerek, detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Endüstri 4.0'ın katmanlı üretimi kolaylaştırmadaki rolünü mevcut araştırmalar sıkça vurgulasa da (Kulkarni vd., 2021: 401) ve kavramsal olarak ele alsa da (Azarian ve Solvang, 2021: 587), bu konuya doğrudan odaklanan ampirik araştırmaların az sayıda olduğu açık bir şekilde görülmektedir. Örneğin Charles ve

arkadaşları katmanlı üretim metodolojisini kullanarak simülasyon gerçekleştirmişler, elde edilen çıkarımları endüstri 4.0'ın sunduğu imkanlar kapsamında değerlendirmişlerdir. Malaga ve Vinodh (2022) tüketici istek ve ihtiyaçlarına yönelik ürünler üretmek için endüstri 4.0 teknolojilerini katmanlı üretim sürecinde kullanmayı amaçlamış, bu yönde kullanılan teknolojileri belirleyerek çok kriterli karar verme yöntemleriyle bu teknolojileri sınıflandırmışlardır. Haleem ve Javaid, (2019), endüstri 4.0'ın özelliklerini ve katmanlı üretimle ilişkisini çalışmalarında ele almıştır. Bir başka çalışmada Wankhede ve Vinodh (2021), otomotiv parça imalat sektöründe endüstri 4.0 ve katmanlı üretimin bütünleşmesini kolaylaştıran faktörleri araştırmıştır. Çalışmaları sonucunda gelecek araştırmalara öneri kısmında, katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini etkileyen faktörlerin daha fazla incelenmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Özellikle farklı ülkelerde yürütülen araştırmalar bu konudaki az sayıda olan incelemelere zenginlik katacak ve bulguların kıyaslanabilirliğini mümkün kılacaktır. Dolayısıyla Wankhede ve Vinodh'un (2021) araştırma çağrısına cevap verecek şekilde tasarlanarak, bu çalışmanın amaçları şu şekilde belirlenmiştir:

- Katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini etkileyen temel faktörleri saptamak
- Belirlenen faktörler arasındaki bağlamsal ilişkileri araştırarak, bunlar arasındaki hiyerarşik seviyeleri oluşturmak
- Bu dinamiklerin daha iyi anlaşılmasını sağlamak için yorumlayıcı yapısal model geliştirmek
- Faktörleri etkileme ve bağımlılık güçlerine sınıflandırmaktır.

Bu çalışma, Türk imalat sektöründe katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini kolaylaştıran faktörleri inceleyerek, hem literatürdeki az sayıda olan çalışmalara katkı sağlamakta hem de Wankhede ve Vinodh (2021)'un çalışmasının kapsamını farklı ülke bağlamında genişletmektedir. Belirlenen amaçları gerçekleştirmek için detaylı bir literatür incelemesi yapılarak katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini etkileyen faktörler listelenmiş ve sonrasında uzman görüşleri de alınarak araştırmada kullanılacak faktörler belirlenmiştir. Yorumlayıcı yapısal modelleme yöntemi ile faktörler arasındaki hiyerarşik seviyeler oluşturulmuştur. En son aşamada ise MICMAC (Cross Impact Matrix Multiplication Applied to Classification) yöntemi kullanılarak faktörlerin etki ve bağımlılık değerleri saptanmıştır. Türkiye bağlamında endüstri 4.0 ve katmanlı üretime yönelik yapılan çalışmalar bulunmakla birlikte, katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini etkileyen faktörlerin



araştırıldığı çalışmalara rastlanmamış olması bu çalışmanın literatüre katkısını göstermekte ve özgün değerini sunmaktadır.

## 2. Literatür

### 2.1. Katmanlı üretim

Üretim nezdinde bir parçanın görevini gerçekleştirebilmesi, geometri ve malzeme olmak üzere iki temel özelliğine bağlıdır. Geometri ve malzemenin belirli süreçlerden geçirilerek işlenmesi üretim yöntemleri ile mümkündür. Temel olarak, şekil verme, aşındırma ve katmanlı üretim olmak üzere 3 üretim yönteminin olduğu söylenebilir. Malzeme üzerinde güç uygulanması veya erimiş malzemenin kalıba dökülmesi “şekil verme üretim yöntemi” olarak adlandırılmaktadır. Maddeden kesme, delme, taşlama gibi talaşlı imalat prosedürleriyle parçalar ayrıştırılarak malzeme üretilmesine aşındırma yöntemleri denir (Güngör, 2020: 37). Katmanlı üretim ise, biçimlendirici üretim metodolojisinin aksine, 3B model verilerinden parçalar yapmak için malzemelerin katman katman birleştirme süreci olarak tanımlanmaktadır (Hernandez Korner vd., 2020: 2; Jayawardane vd., 2023: 3). 3B baskı veya hızlı prototipleme olarak da nitelenen katmanlı üretim, birçok üretim tekniğini kapsamaktadır (Turkcan vd., 2022: 2). Katmanlı üretim plastik, metal ve organik malzemeler kullanılarak nesnelerin üç boyutlu (3B) geometrik bilgilerine göre oluşturulan katmanlarının üst üste (katman şeklinde) birleştirilmesi felsefesi temeline dayanan, uygulamada kolay olan bir imalat metodudur (Sürmen, 2019: 373). Geleneksel üretim yöntemlerinin aksine, katmanların üst üste eklenmesi anlayışına dayandığı için daha az israfa neden olduğu söylenebilir (Elhazmiri vd., 2022: 318).

Katmanlı üretimin ortaya çıkışı ve üretimde kullanılması 1980'lere kadar uzanmaktadır. Charles Hull tarafından icat edilen ilk katmanlı üretim teknolojisi stereolitografidir (Sürmen, 2019: 373) ve birçok yeni teknoloji için motive edici teknoloji olmuştur (Mitchell vd., 2018: 606). Günümüzde, füzyonlu biriktirme modelleme, seçici lazer sinterleme ve katmanlı üretimde kullanan 3B baskı gibi birçok üretim teknolojisi vardır (Turkcan vd., 2022: 2). Zaman içerisinde katmanlı üretimde gerçekleşen büyük gelişimler, 4B baskı teknolojisini gündeme getirdi. Bu teknoloji, çevre ile etkileşim halinde olan cismin dış bir uyarana şekil değiştirebilmesi için akıllı malzemeler kullanılmaktadır. Aynı zamanda 4B baskı, teknolojinin kendi dışındaki bir uyarana tepki olarak önceden programlanmış bir şekilde dönüşebilen 'akıllı malzemelerin' kullanılmasını sağlamaktadır (Mitchell vd., 2018: 606). Bu gelişmelerle birlikte katmanlı üretim günümüzde havacılık, tıp ve otomotiv gibi birçok endüstride kullanılmaktadır (Dilberoglu vd., 2017: 546). Örneğin havacılık firması olan Boeing, uçaklar için katmanlı

üretim ile binlerce parça üretmiştir. Aynı şekilde, tıp sektörü de birçok katmanlı üretim teknolojisinin sıkça kullanıldığı bir sektördür (Turkcan vd., 2022: 2).

Katmanlı üretim başlangıçta bir prototip oluşturma aracı olarak tanıtılsa da, teknolojiye hızlı ilerlemeler, onu endüstri 4.0'daki modern üretim sistemlerinin önemli bir parçasına haline dönüştürdü (Azarian ve Solvang, 2021: 589). Avrupa Komisyonu Raporuna göre katmanlı üretim, endüstri üzerinde önemli bir etkiye sahip olan dijital çağın teknolojilerinden biridir. Tedarik zincirlerinin karmaşıklığını/boyutunu azaltır. Aynı zamanda, yeni ürün geliştirme, tasarım ve test için zaman ve maliyetlerin azaltılması yoluyla üretim değer zincirlerinin verimliliğini artırır. Katmanlı üretim teknolojisi ile endüstri 4.0'ın bütünleşmesi, üretim yönetiminde, stok kontrolü ve lojistik yönetiminde üretim parametrelerinin kontrolüyle daha fazla verimlilik elde ederek büyük faydalar sağlayabilir (Godina vd., 2020: 2). Sadece ürün geliştirme maliyetlerinde azalma sağlamakla kalmayıp, ürün geliştirme süreçlerini de hızlandırabilmektedir. Böylelikle üretimde esnekliği arttırmaktadır (Delic vd., 2019: 605). Ayrıca üretimde israfları önleyerek döngüsel ekonominin gelişmesine katkıda bulunur (Jayawardane vd., 2023: 2).

## **2.2. Endüstri 4.0**

Endüstri 4.0'ı incelemeden önce, tarihte endüstri 4.0 öncesinde gerçekleşen diğer devrimlere kısaca bakmak gerekir. Şekil 1'de dört büyük endüstri devrimlerinin tarihte hangi aralıkta meydana geldiği ve özet olarak neyi ifade ettiği gösterilmektedir. Esas olarak endüstri devriminin ilk çıkış noktası İngiltere'dir. Daha sonra Batı Avrupa ülkeleri ve Amerika'ya hızlı bir şekilde yayılmıştır. Endüstri devrimleri, üretim anlayışında birçok değişikliği kendisiyle birlikte beraber getirmiş, tüm dünyada gelişmişlik seviyesi ülkelerdeki sanayi düzeylerine bağlı olarak yorumlanmaya başlanmıştır. Sanayileşme, "insan ihtiyaçlarına paralel doğanın dönüşümü" olarak nitelendirilmektedir (Kamber ve Bolatan, 2019: 837).

<b>Endüstri devrimi 1.0</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• (1800 -1900), işçilik ve buhar motorları yoluyla üretim gören mekanizasyon ifade etmektedir.</li></ul>
<b>Endüstri devrimi 2.0</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• (1900 -1980'ler), elektrik kullanımını, seri üretimi ve vasıflı işgücünün tanımlanmasını içerir.</li></ul>
<b>Endüstri devrimi 3.0</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• (1980'ler-2020), bilgi teknolojileri, ağ ve elektronik sistemlerini içeren üretim sistemlerini küresel olarak otomatikleştirdi.</li></ul>
<b>Endüstri devrimi 4.0</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• (21. Yüzyıl), minimum hata ile hızlı üretim için robotik ve sanal teknolojilerin kullanımını içeren dijital teknolojiyi içerir.</li></ul>

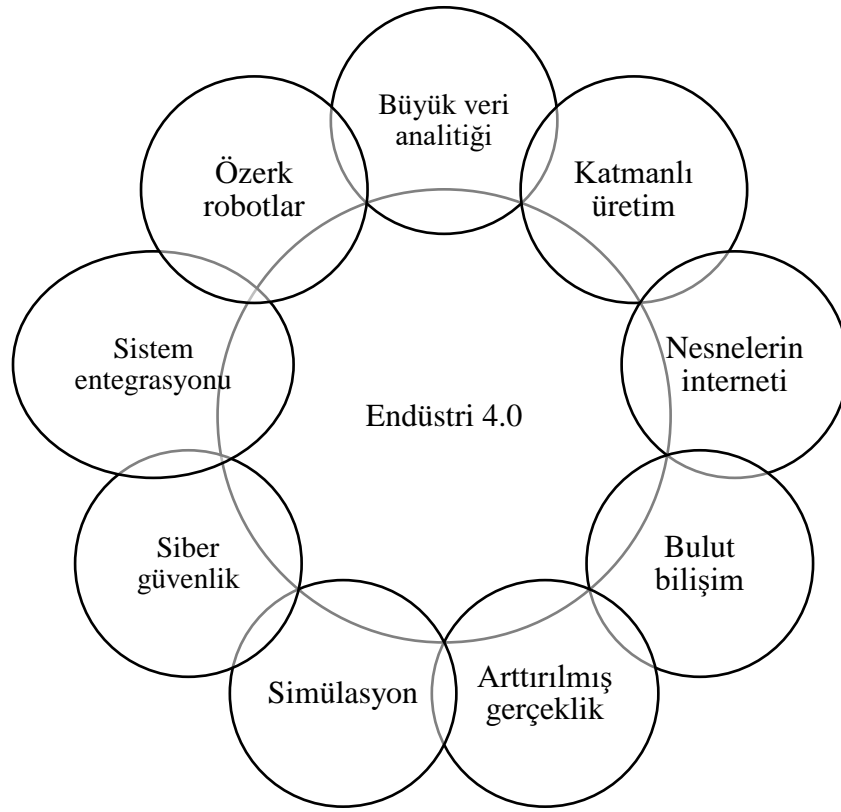
**Şekil 1.** 1.0'dan 4.0'a kadar sanayi devrimleri (Kaynak: Parvanda ve Kala, 2022: 2)

Dördüncü sanayi devrimi olarak da nitelendirilen endüstri 4.0, Alman ekonomisini geliştirmek amacıyla sunulan bir öneri olarak 2011 yılında endüstri 4.0 olarak Almanya'da doğdu (Hernandez Korner vd., 2020: 3). Endüstri 4.0, temelde farklı bir çalışma ve üretim şekline, yüksek derecede otomasyona, birbirleriyle iletişim kurabilen makinelere ve üretim modüllerine sahip akıllı fabrikaları ifade etmektedir. Aslında endüstri 4.0, tüm değer zincirini dijitalleştirme sürecidir. Bu sanayi devriminde insanlar, nesnelere ve sistemler gerçek zamanlı veri alışverişi yoluyla birbirine bağlanabilir. Üstelik yapay zekâyâ sahip makineler ve cihazlar kendi kendilerine öğrenebilir ve değişikliklere uyum sağlayabilir (Çankaya ve Sezen, 2020: 70). Agrawal ve Vinodh (2021: 25) endüstri 4.0'ı işletme süreçlerini yönetmek ve değer yaratmak için makinelerin, objelerin ve insanların eş zamanlı ve dijital iletişimi olarak tanımlamaktadır. Nitelikli bir endüstri 4.0 üretim sistemi, makine ve insanların birlikte uyumlu bir şekilde çalışmasını gerektirir. Verilerin doğru ve eksiksiz bir şekilde edinilmesi bu uyumun sağlanmasında kritik öneme sahiptir (Qin vd., 2017: 307). Endüstri 4.0 üretim teknolojilerini akıllı üretim süreçleriyle bütünleştirerek, üretim sistemleri modellerine yeni bir çağ açmaktadır (Erik ve Kuvvetli, 2021: 638). Genel olarak endüstri 4.0'ın kritik özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır (Çankaya ve Sezen, 2020: 70).

- Birlikte çalışabilirlik: Makineler, cihazlar, sensörler ve insanlar birbirleriyle iletişim kurabilir ve birlikte çalışabilirler.
- Sanallaştırma: Sensör verilerinden alınan bilgilere dayanarak fiziksel dünyanın sanal bir kopyası oluşturulabilir.

- Teknik yardım: Sistemler yalnızca insanları karar verme ve problem çözme süreçlerinde desteklemekle kalmamakta, ayrıca insanlar için çok zor veya tehlikeli olan görevleri üstlenmektedir.
- Merkezi olmayan karar verme: Siber fiziksel sistemler, bireysel olarak basit kararlar alma ve olabildiğince özerk hareket etme becerisine sahiptir.
- Gerçek zamanlı veri toplama: Sistemler, verileri gerçek zamanlı olarak toplama, işleme ve iletme yeteneğine sahiptir. Bu, değişikliklere hızlı bir şekilde adapte olabilmeyi mümkün kılacaktır.

Şekil 2’de endüstri 4.0’ın dokuz temel yapıtaşı sunulmuştur. Bu çalışma endüstri 4.0 ile katmanlı üretim ilişkisine odaklanmaktadır.



Şekil 2. Endüstri 4.0’ın kritik yapıtaşları (Kaynak: Parvanda ve Kala, 2022:3)

### 2.3. Katmanlı üretimin endüstri 4.0 ile bütünleşmesini etkileyen faktörler

Katmanlı üretimin endüstri 4.0 teknikleriyle bütünleşmesi süreç verimliliğinin artırılması, tüketici taleplerine göre gelişmiş düzeyde hizmet sunulması gibi birçok avantaj sağlamaktadır (Agrawal ve Vinodh, 2021: 25). Literatürde katmanlı üretim ve endüstri 4.0 konularını birlikte alan birçok çalışma vardır. Kavramsal çalışmalar kapsamında, Hernandez Korner ve arkadaşları (2020) katmanlı üretim ile endüstri 4.0 bütünleşmesini sistematik literatür

yöntemi kullanarak incelemiştir. Dilberoglu ve arkadaşları (2017) katmanlı üretimin sunduğu teknolojik imkânların ve fırsatların önemini vurgulayarak, endüstri 4.0 ortamında katmanlı üretimin rolüne kavramsal bir çalışmayla dikkatleri çekmiştir. Bir başka çalışmada, Kumar (2018), geleneksel üretimden dijital üretime geçiş için gerekli olan nesnelerin interneti, katmanlı üretim ve endüstri 4.0 gibi konuları tartışmıştır. Bordron ve arkadaşları (2019) katmanlı üretimle ilgili zorlukların üstesinden gelmek için endüstri 4.0 tabanlı çözümleri incelemiştir. Çalışmalarında, katmanlı üretimde üretilen ürünün yüzey kalitesinde yaşanan sorunu işletmeler açısından en önemli endişe olarak raporlamışlardır. Bu kalite sorununu çözmek için, endüstri 4.0 teknolojisini kullanarak son işlemde önce ürünün boyutlarının uygun şekilde ölçülmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Chong ve arkadaşları (2018) çalışmasında katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesinin avantajlarını mühendislik lisans programcılarında belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda; öğrencilerin yeni beceri kazanmasını, değişime hazır olmasını ve yeni fikirler edinmeyi teşvik etmesini bu çalışmanın sağladığı avantajlar olarak raporlamışlardır. Lemu (2018) ise çalışmasında endüstri 4.0'da katmanlı üretimin sağladığı avantajları ve kısıtları sunmuştur. Yazar, geometrik doğruluk, yüzey kalitesi ve mekanik davranış gibi mevcut ürün geliştirme süreci parametrelerinde endüstri 4.0 teknolojisini benimseyerek çözülebilecek konuları incelemiştir. Elhazmiri ve arkadaşları (2022) endüstri 4.0'da katmanlı imalatın rolünü farklı iş modelleri üzerinden tartışmıştır. Son olarak Parvanda ve Kala (2022) literatürdeki katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ı entegre etme konusundaki eğilimleri, bu entegrasyonun doğuracağı fırsatları ve zorlukları irdlemiştir.

Literatür detaylı olarak incelendiğinde üretim endüstrisinde katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini kolaylaştıran faktörler konusunda en ortak görüşün *merkezi olmayan üretim süreci* ile ilişkili olduğu görülmektedir. Mevcut teknoloji kullanılarak geleneksel imalat yöntemi ile uzun dönemde seri üretim yapmak uygunken, katmanlı üretimin siparişe göre üretime ya da kısa part halinde üretimlere daha uyumlu olduğu görülmektedir (Güngör, 2020: 42). Bir diğer faktör ise *hammadde tüketiminin en aza indirgenmesidir*. Katmanlı üretim anlayışında malzemeler tasarruflu bir şekilde yalnızca ürün için kullanılmaktadır. Üretimi destekleyici yapılara (döküm kalıbı gibi) gereksinim duyulmamaktadır. Geleneksel üretim sürecinde olduğu gibi kesilip atılan madde olmadığı için atık madde oluşumu da söz konusu değildir. Dolayısıyla lojistik ve depo giderleri önemli derecede azalmaktadır (Güngör, 2020: 42). Aynı şekilde endüstri 4.0 akıllı cihazlar ve üretim sistemleri ile fazla üretimi, malzeme israfını ve enerji tüketimini azaltmaktadır (Çankaya ve Sezen, 2020: 68). Endüstri 4.0'ın

katmanlı üretim ile bütünleşmesi, ürün esnekliğini artıracak ve geleneksel üretim sistemleriyle ilgili zorlukların üstesinden gelinmesine yardımcı olacaktır. Bu entegrasyon, işletmelere müşterilerin isteklerine göre özelleştirilmiş ürünler üretebilme imkanı sunarak *değişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilmeyi* mümkün kılmamaktadır. Böylece katmanlı üretim, endüstri 4.0'ın sunmayı amaç edindiği misyon olan işletme çevresindeki değişikliklere çok hızlı uyum sağlama idealini daha da mümkün kılmaktadır (Güngör, 2020: 42). Aynı zamanda üreticinin ölçeklenebilir ve daha verimli üretim akışı yapmasına da yardımcı olarak işletmelere *süreç verimliliğinin sağlanması* avantajı sunmaktadır (Wankhede ve Vinodh, 2021: 1603). Süreç verimliliği sağlanması, *üretimdeki işlem hızını arttırarak, üretim süresinin azalmasına* da neden olmaktadır. Üretim süresinin azalması ise *ürünü pazara sunma süresindeki azalmayı* tetiklemektedir. *Nesnelerin interneti*, katmanlı üretim teknolojisinin kullanılmasından elde edilen kazanımlar üzerinde en önemli etkiye sahip gibi görünen endüstri 4.0'ın teknolojik kavramlarından biridir (Godina vd., 2020: 2). Nesnelerin interneti, makinaların kendi içerisinde bağlantı kurmasına imkân tanıyan ve karşılaştıkları sorunları kendi çözümleyebilen makinaların oluşmasını sağlayan *bir internet sistemidir* (Kaygın vd., 2019: 1069). Bu teknoloji, daha uzak konumlardan çalışabilen şirketlerin taşınma süreçlerine de yardımcı olabilmektedir (Godina vd., 2020: 2). Nesnelerin interneti, iletişimdeki aksaklıkları önleyerek *kesintisiz veri alışverişini* de mümkün kılmaktadır.

Wankhede ve Vinodh (2021) katmanlı üretim ile endüstri 4.0'ın bütünleşmesini etkileyen faktörleri detaylı bir literatür taraması sonucu belirlemiştir. Bu çalışmada, Wankhede ve Vinodh (2021) tarafından belirlenen faktörlerden birbiriyle yakından ilişkili olabilecek faktörler seçilerek daha yalın ve anlaşılır bir ISM modelinin oluşturulması hedeflenmiştir. Bu kapsamda, katmanlı üretim alanında çalışan iki akademisyenden görüş alınarak faktörler seçilmiş ve ilgili literatürde faktörleri destekleyen farklı çalışmalar incelenmiştir. Araştırma kapsamında belirlenen faktörler Tablo 1'de listelenmiştir.

**Tablo 1.** Katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini etkileyen faktörler

<b>Kod</b>	<b>Faktörler</b>	<b>İlgili kaynaklar</b>
F1	Süreç verimliliğinin sağlanması	Horst vd. (2018), Sartal vd. (2019), Agrawal ve Vinodh (2021)
F2	Merkezi olmayan üretim süreci	Horst vd. (2018), Wankhede ve Vinodh (2021)
F3	Nesnelerin interneti	Qin vd. (2017), Dilberoglu vd. (2017), Haleem ve Javaid, (2019), Çelebi ve Koda (2021), Wankhede ve Vinodh (2021), Ashima vd., (2021)

F4	Üretim süresinin azalması	Haleem ve Javaid, (2019), Öberg (2019), Wankhede ve Vinodh (2021), Charles vd. (2023)
F5	Hammadde tüketiminin en aza indirgenmesi	Haleem ve Javaid, (2019), Wankhede ve Vinodh (2021), Jayawardane vd. (2023)
F6	Üretimdeki işlem hızı	Haleem ve Javaid, (2019), Kulkarni vd. (2021), Wankhede ve Vinodh (2021)
F7	Ürünü pazara sunma süresindeki azalma	Haleem ve Javaid, (2019), Sartal vd. (2019), Delic vd. (2019)
F8	Kesintisiz veri alışverişi	Haleem ve Javaid, (2019), Bordron vd. (2019)
F9	Değişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilme	Agrawal ve Vinodh (2021), Wankhede ve Vinodh (2021), Kulkarni vd. (2021), Azarian ve Solvang (2021), Malaga ve Vinodh (2022)

### 3. Metodoloji

#### 3.1. Yorumlayıcı yapısal modelleme (ISM)

ISM, herhangi bir durumun doğrudan veya dolaylı olarak ilgili faktörlerini veya bileşenlerini yapılandırmak için geliştirilmiş bilgisayar destekli bir öğrenme tekniğidir (Singh vd., 2019: 676). Bu yöntem, karmaşık bir olguyu önce birkaç parçalara ayırmakta ve daha sonra ise hiyerarşik bir model oluşturarak sorunu çözüme kavuşturmaktadır. Takip ettiği bu hiyerarşik yapı modeli vasıtasıyla ISM, farklı değişkenler arasındaki bağlamsal ilişkileri ve hiyerarşiyi oluşturmayı mümkün kılmaktadır (Yıldız Çankaya, 2022: 7). Tedarik zinciri çevikliği, döngüsel ekonomi, akıllı liman dönüşümü, ters lojistik gibi birçok alanda gerçek hayatta karşılaşılan karmaşık sorunların çözümünde yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir (Singh vd., 2019: 677).

ISM metodunun kritik aşamalarından biri, konuyla ilgili uzmanlardan görüş alınmasıdır (Patel vd., 2021: 7). Fakat bu aşamada kaç uzmandan görüş alınacağıyla ilgili üzerinde uzlaşılmış bir fikir birliği bulunmamaktadır. Literatürdeki argümanlar genelde en az üç kişiden, en ideal ise beş kişiden görüş alınması gerektiği yönündedir (Çalışkan, 2020: 312). Bazı araştırmacılar ise en fazla sekiz uzman görüşü alınmasının yeterli olacağı görüşündedir (Patel vd., 2021: 7). Araştırmaya hangi katılımcıların davet edilmesi gerektiği konusu ise uzmanlığı nedeniyle araştırmacıya bırakılmaktadır (Çalışkan, 2020: 312).

Bu araştırmanın hedef kitlesi Türkiye’de imalat sektöründe katmanlı üretim gerçekleştiren işletmelerdir. Literatür incelemeleri sonucunda belirlenen 9 faktör arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla kolayda örnekleme yöntemiyle endüstri 4.0 konusunda uzman ve katmanlı üretim hakkında bilgi sahibi olan 9 kişi ile iletişime geçilmiş, bunlardan 7’si

araştırmaya katılmayı kabul etmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden 7 katılımcıdan 3'ü otomotiv parça üretimi sektöründe, 4'ü ise teknolojik ürün üreten işletmelerde çalışmaktadır. Katılımcıların 2'si doktora mezunu, 2'si yüksek lisans mezunu ve 3'ü lisans mezunudur.

Farklı yanıt verilen ilişkilerde, literatürün önerisi doğrultusunda çoğunluğun belirttiği ilişki dikkate alınmıştır (Çalışkan, 2020: 312). Araştırmaya katılım gösteren uzmanların görüşleri ışığında, saptanan ilişkiler Tablo 2'de sunulmuştur. İki faktör arasında ilişki türleri dört ayrı sembol ile tasvir edilmiştir:

V: Faktör  $i$ , faktör  $j$ 'yi etkilemektedir.

A: Faktör  $j$ , faktör  $i$ 'yi etkilemektedir.

X: Faktör  $i$  ve faktör  $j$  birbirlerini etkiler ama biri diğerinin ön koşulu değildir.

O: Faktör  $i$  ve faktör  $j$  arasında bir ilişki yoktur.

**Tablo 2.** Yapısal iç-etkileşim matrisi

Faktörler	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9
F1	A	X	X	X	A	V	A	V
F2		O	X	X	X	X	A	V
F3			V	O	V	V	V	X
F4				O	A	V	O	X
F5					O	O	O	X
F6						V	O	V
F7							A	V
F8								X
F9								

Yapısal iç-etkileşim matrisinde kullanılan sembollerin sayısal ifadelerle dönüştürülmesi amacıyla Tablo 3'de gösterilen değerler yardımıyla erişim matrisi oluşturulmuştur (Tablo 4).

**Tablo 3.** Bağlamsal ilişkinin ikili sayılarla değiştirilmesi

No	Yapısal iç-etkileşim matrisindeki değerler (t, u)	Erişim matrisi değeri	
		(t,u)	(u,t)
1	V	1	0
2	A	0	1
3	X	1	1
4	O	0	0

**Tablo 4.** Erişim matrisi



Faktörler	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9
F1	1	0	1	1	1	0	1	0	1
F2	1	1	0	1	1	1	1	0	1
F3	1	0	1	1	0	1	1	1	1
F4	1	1	0	1	0	0	1	0	1
F5	1	1	0	0	1	0	0	0	1
F6	1	1	0	1	0	1	1	0	1
F7	0	1	0	0	0	0	1	0	1
F8	1	1	0	0	0	0	1	1	1
F9	0	0	1	1	1	0	0	1	1

Erişim matrisi oluşturulduktan sonra ISM metodunun temel kurallarından olan geçişlilik kontrolleri yapılmaktadır (Yıldız Çankaya, 2022: 9). Geçişlilik kontrollerinde eğer gerekli görülürse düzeltmeler yapılarak nihai erişim matrisi oluşturulmaktadır. Buradaki temel amaç, faktörler arasındaki endirekt ilişkileri ortaya çıkarmaktır. Örneğin, ürünü pazara sunma süresindeki azalma faktörü merkezi olmayan üretim sürecini etkiliyorsa, merkezi olmayan üretim süreci ise üretim süresinin azalması faktörünü etkiliyorsa, ürünü pazara sunma süresindeki azalma faktörünün üretim süresinin azalması faktörünü etkilediği kabul edilmektedir (Tablo 5).

**Tablo 5.** Nihai Erişim matrisi

Faktörler	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9
F1	1	0	1	1	1	0	1	0	1
F2	1	1	0	1	1	1	1	0	1
F3	1	0	1	1	0	1	1	1	1
F4	1	1	0	1	0	0	1	0	1
F5	1	1	0	0	1	0	0	0	1
F6	1	1	0	1	0	1	1	0	1
F7	0	1	0	1*	0	0	1	0	1
F8	1	1	0	0	0	0	1	1	1
F9	0	0	1	1	1	0	0	1	1

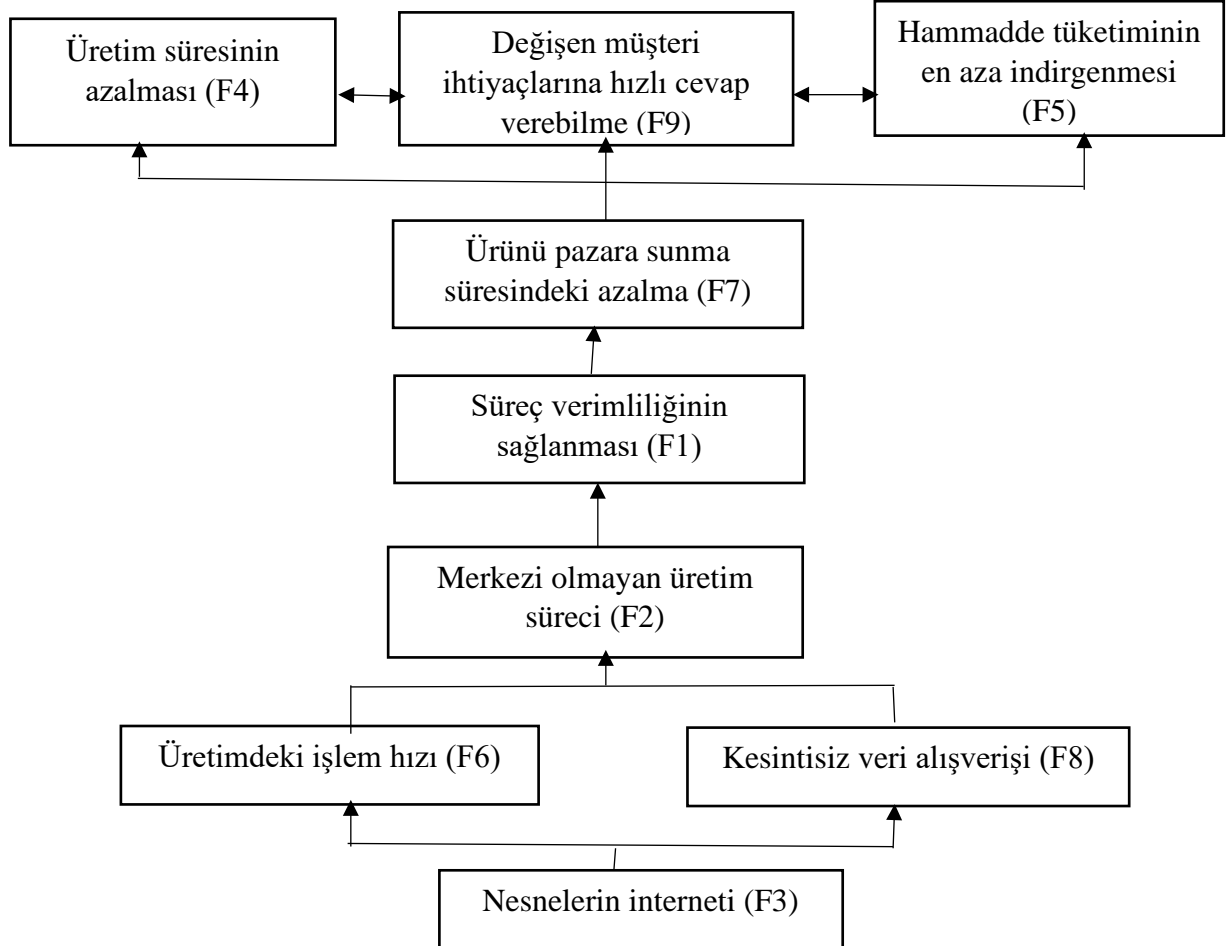
\*Geçişlilik kuralı gereğince değiştirilen değerler

Bir sonraki adımda nihai erişim matrisinden elde edilen verilerde erişim, öncül ve kesişim kümeleri saptanarak seviyelendirme süreci yürütülür. Erişim kümesi bir faktörün etkilediği tüm faktörleri göstermektedir. Öncül küme, bir faktörü etkileyen tüm faktörleri nitelemektedir. Kesişim kümesi ise bu iki küme içerisinde ortak olan faktörlerdir. Bir faktörün erişim kümesi ile kesişim kümesi aynı ise bu faktör hiyerarşik sıralamada ilk yeri alır ve sonraki adımda seviyelendirilen faktör tüm kümelerden çıkartılarak aynı işlem tekrarlanır. Bu yolla seviyelendirme işlemi gerçekleştirilir. Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen seviyelendirme işlemleri Tablo 6'da gösterilmektedir.

**Tablo 6.** Seviyelendirme

Faktörler	Erişim kümesi	Öncül küme	Kesişim kümesi	Seviye
F1	F1, F3, F4, F5, F7, F9	F1, F2, F3, F4, F5, F6, F8	F1, F3, F4, F5,	III
F2	F1, F2, F4, F5, F6, F7, F9	F2, F4, F5, F6, F7, F8	F2, F4, F5, F6, F7	IV
F3	F1, F3, F4, F6, F7, F8, F9	F1, F3, F9	F1, F3, F9	VI
F4	F1, F2, F4, F7, F9	F1, F2, F3, F4, F6, F7, F9	F1, F2, F4, F7, F9	I
F5	F1, F2, F5, F9	F1, F2, F5, F9	F1, F2, F5, F9	I
F6	F1, F2, F4, F6, F7, F9	F2, F3, F6	F2, F6	V
F7	F2, F4, F7, F9	F1, F2, F3, F4, F6, F7, F8	F2, F4, F7,	II
F8	F1, F2, F7, F8, F9	F3, F8, F9	F8, F9	V
F9	F3, F4, F5, F8, F9	F1, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9	F3, F4, F5, F8, F9	I

Son aşamada ise seviyelendirmeye göre katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini kolaylaştıran faktörlere ilişkin yorumlayıcı yapısal model geliştirilmiştir (Şekil 3).



### Şekil 3. Katmanlı Üretim ve Endüstri 4.0'ın Bütünleşmesini Kolaylaştıran Faktörlere İlişkin Yorumlayıcı Yapısal Model

#### 3.2. MICMAC Analizi

MICMAC analizi faktörlerin etkileme ve bağımlılık güçlerini incelemek için kullanılmaktadır. Her bir faktörün etkileme ve bağımlılık gücü, MICMAC analizi kullanılarak otonom, bağımsız, bağımlı ve bağlantı faktörlerini bulmak için ayrıca kullanılır (Singh vd., 2019:683). Genel bir değerlendirmeyle, daha fazla bağımlılığa sahip bir faktör, bu faktörün kolaylaştırılması için diğer bazı faktörlerin tartışılması gerektiğini ifade etmektedir. Daha fazla etkileme gücüne sahip bir faktör ise, güçlendirilmesini diğer bazı faktörlerin de mümkün kıldığı anlamına gelir (Çalışkan, 2020:314). Tablo 7'de her bir faktörün etkileme ve bağımlılık seviyeleri sunulmuştur.

**Tablo 7.** Faktörlerin etkileme ve bağımlılık seviyeleri

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9
Etkileme seviyesi	6	7	7	5	4	6	4	5	5
Bağımlılık seviyesi	7	6	3	7	4	3	7	3	9

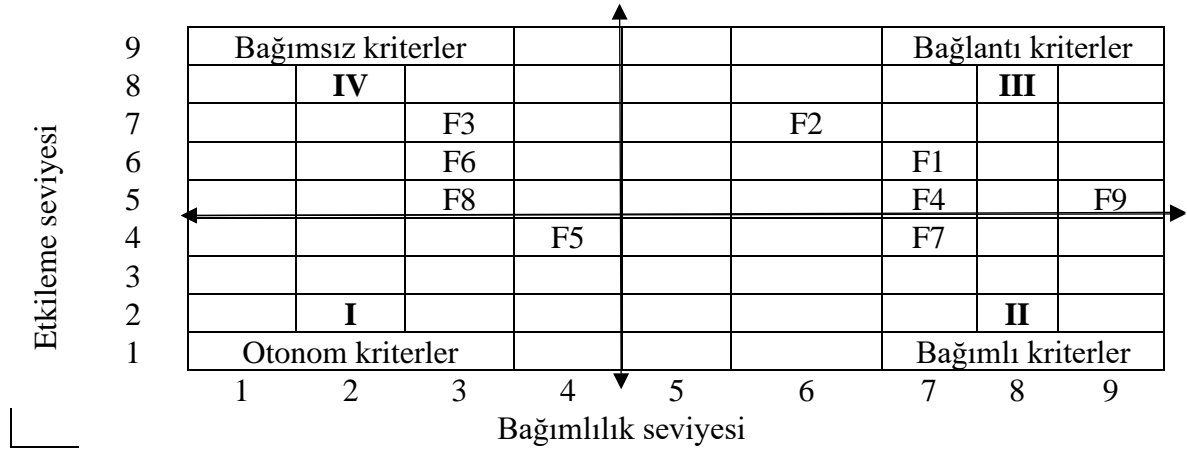
Faktörler etkileme ve bağımlılık seviyelerine göre Şekil 2'de gösterildiği üzere 4 farklı kritere ayrılmaktadır:

I-Otonom Kriterler: Düşük etkileme gücüne sahip ve düşük bağımlılıkları olan değişkenlerin yer aldığı kriterlerdir. Bu kriterler, sistemi çok fazla etkilememektedir (Malviya ve Kant, 2017:557).

II-Bağımlı Kriterler: Bu kriterler, hem yüksek bağımlılık seviyesindedirler hem de düşük etkileme gücüne sahiptirler. Üçüncü ve dördüncü bölgelerdeki değişkenlerden bağımlı kriterler oldukça etkilenmektedirler (Malviya ve Kant, 2017:557).

III-Bağlantı Kriterler: Bu kriterler yüksek bağımlılık seviyesine sahip olmakla birlikte aynı zamanda yüksek etkileme gücüne de sahiptirler. Bağlantı kriterlerinde meydana gelen herhangi bir değişim diğer kriterleri de etkileyecektir (Malviya ve Kant, 2017:558).

IV-Bağımsız Kriterler: Bağımsız kriterler, yüksek etkileme gücüne sahipken düşük bağımlılık seviyesinde yer almaktadır. Bu kriterler, sistemin geri kalanını etkiledikleri için kritik öneme sahip olduğu düşünülmektedir (Malviya ve Kant, 2017:555).



Şekil 4. MICMAC Diyaqramı

#### 4. Bulgular

Şekil 3’de görüleceği üzere, ISM analizinde katmanlı üretim ve endüstri 4.0’ın bütünleşmesini kolaylaştıran 9 faktör 6 seviyeye ayrılmıştır. 1. Seviye, “Üretim süresinin azalması (F4)”, “Değişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilme (F9)” ve “Hammadde tüketiminin en aza indirgenmesi (F5)”; 2. seviye “Ürünü pazara sunma süresindeki azalma (F7)”; 3. Seviye “Süreç verimliliğinin sağlanması (F1)”, 4. Seviye “Merkezi olmayan üretim süreci (F2)”; 5. Seviye “Üretimdeki işlem hızı (F6)” ve “Kesintisiz veri alışverişi (F8)”; ve son olarak 6. Seviye “Nesnelerin interneti (F3)” faktörlerinden oluşmaktadır.

MICMAC analizinde ise faktörlerin kategorize edilmesine ilişkin genel bulgular şu şekildedir:

- F3 (Nesnelerin interneti), F6 (Üretimdeki işlem hızı), F8 (Kesintisiz veri alışverişi) en yüksek etkilene gücüne sahipken aynı zamanda en fazla bağımsız güce de sahiptir. Böylelikle, bu faktörlerin diğer faktörleri güçlü bir biçimde etkilene potansiyeli olduğundan, karar verilirken ön planda düşünülmesi gereken konular olduğu söylenebilir.
- Hammadde tüketiminin en aza indirgenmesi (F5) otonom kriterler içerisinde yer almaktadır. Daha önce de bahsedildiği üzere bu kriterler düşük bağımlılık ve düşük etkilene gücüne sahiptir. Dolayısıyla bu faktörlerdeki herhangi bir değişimin diğer faktörleri çok fazla etkilemeyeceği veya tam tersi bir şekilde diğer faktörlerden de etkilenmeyeceği ifade edilebilir. Daha kısa bir şekilde ifade edilirse, bu faktör düşük

önceliğe sahiptir ve yalnızca kendi başına katmanlı üretim ve endüstri 4.0 bütünleşmesini doğrudan pek fazla etkilememektedir.

- F7 (Ürünü pazara sunma süresindeki azalma) faktörü bağımlı kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürünü pazara sunma süresindeki azalma diğer faktörleri en az etkileme gücüne sahipken, diğer faktörlerden ise en fazla etkilenme gücüne sahiptir. Dolayısıyla bu faktör diğer faktörlerin bir sonucu olarak değerlendirilebilir.
- Süreç verimliliğinin sağlanması (F1), merkezi olmayan üretim süreci (F2), üretim süresinin azalması (F4) ve değişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilme (F9) faktörleri bağlantı kriterleri içerisinde yer almaktadır. Bu bulgu, bu faktörlerde meydana gelecek herhangi bir değişikliğin diğer faktörleri etkileyebileceği gibi kendisi üzerinde bir geri bildirim etkisinin de doğabileceğini vurgulamaktadır.

## 5. Tartışma

Son yıllarda giderek artan sayıda endüstri birimlerinin katmanlı üretimi kullanmaya başlamasıyla birlikte, katmanlı üretim bir dönüm noktasına girmiştir. Katmanlı üretimin teknoloji yelpazesi genişledikçe, daha fazla işletmenin bu yöntemi benimsemesi hızlanmıştır (Özer, 2020:616). Dördüncü sanayi devrimi bir başka deyişle endüstri 4.0 ise, akıllı üretim sistemlerinin ve teknolojilerinin entegrasyonunu teşvik etmektedir. Çeşitli akıllı teknolojiler arasında katmanlı üretim, endüstri 4.0'ın gereksinimlerini karşılamada kritik bir rol oynamaktadır (Kumar, 2018:123). Bu çalışmada katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini mümkün kılan faktörler literatür incelemesiyle toplanmış ve bu faktörler arasındaki ilişkiler uzman görüşleri yardımıyla belirlenmiştir. Sonraki adımda bu faktörler, ISM ve MICMAC metodolojileriyle analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini mümkün kılan en önemli faktör nesnelere internetidir. Bu faktör ayrıca diğer faktörleri de en çok etkileme gücüne sahiptir. Nesnelere interneti, üretim sistemlerinde gelecek vaat eden önemli bir faktördür ve endüstri 4.0'ın misyonunu gerçekleştirmesinde kritik öneme sahiptir (Kumar, 2018:123). Çalışkan (2020:316) yürüttüğü çalışmada limancılık sektöründe endüstri 4.0 uygulamalarının benimsenememesinin altında yatan nedenler arasında nesnelere interneti gibi uygulamaların nüanslarını kaçırmalarının olduğunu önemli bir faktör olarak bulmuştur. Üretimdeki işlem hızı ve kesintisiz veri alışverişi endüstri 4.0'ın ve katmanlı üretimin bütünleşmesinde en önemli iki faktörden birisidir ve merkezi olmayan üretim süreci gibi diğer faktörlerin ortaya çıkmasını oldukça etkilemektedir. Bu çalışmanın bulgularına paralel olarak, Wankhede ve Vinodh (2021) da

üretimdeki işlem hızının ve kesintisiz veri alışverişinin otomotiv sektöründe katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini kolaylaştıran önemli faktörler arasında olduğunu ISM analizi ile ortaya koymuştur. Seri üretim yaklaşımından bağımsız olan merkezi olmayan üretim anlayışı ile kişiye özel üretim yapabilme imkânı doğmaktadır. Endüstri 4.0'ın yanı sıra, Özer (2020:608) katmanlı üretim yönteminin özel ürünler üretebilme imkânını sunduğunu vurgulamaktadır. Merkezi olmayan üretim anlayışı ise israfı önleyerek maliyetlerde önemli tasarruflar sağlamaktadır (Özer, 2020:608). Bu da süreç verimliliğinin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır.

Ürünü pazara sunma süresinde azalmanın mümkün olması için süreç verimliliğinin sağlanması gerekmektedir. İşletmelerin nihai amacı faaliyetleri sonucundan ortaya çıkan ürünü müşteri kitlesine sunabilmektir. Dolayısıyla ürünü pazara sunma süresindeki azalma işletmeler için kritik önem taşımaktadır. İşletmeler ürünü pazara sunma süresini kısaltarak, değişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilme fırsatını yakalamakta, işletmenin genel üretim süresinin azalması ve hammadde tüketiminin biraz daha minimum seviyelere indirgeyebilmektedir. Bu üç faktör; yani değişen müşteri ihtiyaçlarına hızlı cevap verebilme, işletmenin genel üretim süresinin azalması ve hammadde tüketiminin biraz daha minimum seviyelere düşürmek yorumlayıcı yapısal modelin en üst kademesinde bulunmaktadır. Dolayısıyla, diğer faktörleri etkileme gücü düşükken, diğer faktörlerden en fazla etkilenme gücüne sahiptir denilebilir.

## **6. Araştırmanın kısıtları ve gelecek araştırmalar için öneriler**

Bu araştırma, katmanlı üretim ile endüstri 4.0'ın bütünleşmesini sağlayan faktörlerin ilişkilerini incelemesi bakımında literatürdeki az sayıdaki incelemelere katkı sunması açısından oldukça önem taşımaktadır. Ancak araştırma üretim sektöründe faaliyet gösteren firmaların yöneticilerine uygulandığı için sektör bazında sınırlandırılmıştır. Gelecek araştırmalar hizmet sektöründe uygulamalar yaparak araştırma bulgularının sınırlarını genişletebilir. Böylelikle bu araştırmanın bulguları ile de sonuçlarını kıyaslayabilecektir. Aynı zamanda gelecekteki araştırmalar katmanlı üretim ve endüstri 4.0'ın bütünleşmesini etki eden diğer faktörleri de araştırmalıdır. Bu araştırmada kullanılan yöntem her ne kadar genel kabul görmüş bir metot olsa da az sayıda örneklem kullanması nedeniyle araştırma genellenebilirliğini sınırlandırmaktadır. İleriki araştırmalarda daha yüksek sayıda örneklem kullanılarak DEMATEL, AHP gibi farklı yöntemler kullanılması araştırma sonuçlarının kapsamının genişletilmesini mümkün kılacaktır.

## Kaynakça

- Agrawal, R., & Vinodh, S. (2021). Prioritizing drivers of industry 4.0 enabling additive manufacturing: a case study. In *Industry 4.0 and Advanced Manufacturing: Proceedings of I-4AM 2019* (pp. 25-34). Springer Singapore.
- Ashima, R., Haleem, A., Bahl, S., Javaid, M., Mahla, S. K., & Singh, S. (2021). Automation and manufacturing of smart materials in Additive Manufacturing technologies using Internet of Things towards the adoption of Industry 4.0. *Materials Today: Proceedings*, 45, 5081-5088.
- Azarian, M., Yu, H., & Solvang, W. D. (2021). Integrating additive manufacturing into a virtual Industry 4.0 factory. In *Advanced Manufacturing and Automation X 10* (587-594). Springer Singapore.
- Bordron, M., Mehdi-Souzani, C., & Bruneau, O. (2019). Inline measurement strategy for additive manufacturing. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture*, 233( 5), 1402-1411
- Charles, A., Bayat, M., Elkaseer, A., & Scholz, S. (2023). Simulation in Additive Manufacturing and Its Implications for Sustainable Manufacturing in the Era of Industry 4.0. In *Sustainable Design and Manufacturing: Proceedings of the 9th International Conference on Sustainable Design and Manufacturing* (370-377). Singapore: Springer Nature Singapore.
- Chong, S., Pan, G.T., Chin, J., Show, P., Yang, T., & Huang, C.M. (2018). Integration of 3D printing and industry 4.0 into engineering teaching. *Sustainability*, 10(11), 3960.
- Çalışkan, A. (2020). Akıllı Liman Dönüşümünde Zorlukların Yorumlayıcı Yapısal Modelleme İle Değerlendirilmesi. *Beykoz Akademi Dergisi*, 8(1), 305-320.
- Çankaya, S. Y., & Sezen, B. (2020). Industry 4.0 and Sustainability. In *Handbook of Research on Creating Sustainable Value in the Global Economy* (pp. 67-84). IGI Global.
- Çelebi, A., Koda D. Y. (2021). Endüstri 4.0 çerçevesinde katmanlı imalatta sensör uygulamaları. *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 5(1), 85-97.
- Delic, M., Eyers, D.R. & Mikulic, J. (2019). Additive manufacturing: empirical evidence for supply chain integration and performance from the automotive industry. *Supply Chain Management*, 24(5), 604-621.
- Dilberoglu, U.M., Gharehpapagh, B., Yaman, U., & Dolen, M. (2017). The role of additive manufacturing in the era of industry 4.0. *Procedia Manufacturing*, 11, 545-554.
- Erik, A. & Kuvvetli, Y. (2021). Üretim İşletmelerinin Endüstri 4.0 Entegrasyonunun Veri Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 36(3), 637-647.
- Godina, R., Ribeiro, I., Matos, F., T. Ferreira, B., Carvalho, H., & Peças, P. (2020). Impact assessment of additive manufacturing on sustainable business models in industry 4.0 context. *Sustainability*, 12(17), 7066.
- Gökhan, Ö. (2020). Eklemeli üretim teknolojileri üzerine bir derleme. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 9(1), 606-621.
- Güngör, A. (2020). Türkiye’de Katmanlı İmalat ve Gemi İnşaatı Üzerine Etkileri. *Gemi ve Deniz Teknolojisi*, (218), 36-53.

- Haleem, A. and Javaid, M. (2019). Additive manufacturing applications in industry 4.0: a review. *Journal of Industrial Integration and Management*, 4(4), 1930001,
- Hernandez Korner, M.E., Lamban, M.P., Albajez, J.A., Santolaria, J., Ng Corrales, L.D.C., & Royo, J. (2020). Systematic Literature Review: Integration of Additive Manufacturing and Industry 4.0. *Metals*, 10(8), 1061.
- Horst, D.J., Duvoisin, C.A. and de Almeida Vieira, R. (2018). Additive manufacturing at industry 4.0: a review. *International Journal of Engineering and Technical Research*, 8(8), 3-8.
- Jayawardane, H., Davies, I. J., Gamage, J. R., John, M., & Biswas, W. K. (2023). Sustainability Perspectives—A Review of Additive and Subtractive Manufacturing. *Sustainable Manufacturing and Service Economics*, 100015.
- Kamber, E., & Bolatan, G. İ. S. (2019). Endüstri 4.0 Türkiye Farkındalığı. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(30), 836-847.
- Kaygın, E., Zengin, Y., & Topçuoğlu, E. (2019). Endüstri 4.0'a Akademik Bakış. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(4), 1065-1081.
- Kulkarni, P., Kumar, A., Chate, G. and Dandannavar, P. (2021). Elements of additive manufacturing technology adoption in small- and medium-sized companies. *Innovation & Management Review*, 18(4), 400-416.
- Kumar, A. (2018). Methods and materials for smart manufacturing: additive manufacturing, internet of things, flexible sensors and soft robotics. *Manufacturing Letters*, 15, 122-125.
- Lemu, H.G. (2018). On opportunities and limitations of additive manufacturing technology for industry 4.0 era. in *International Workshop of Advanced Manufacturing and Automation*, Springer, Singapore, 106-113.
- Malaga, A., & Vinodh, S. (2022). Technology Selection for Additive Manufacturing in Industry 4.0 Scenario Using Hybrid MCDM Approach. In *Industry 4.0 and Advanced Manufacturing: Proceedings of I-4AM (207-217)*. Singapore: Springer Nature Singapore.
- Malviya, R.K., & Kant, R. (2017). Modeling the enablers of green supply chain management: An integrated ISM – fuzzy MICMAC approach. *Benchmarking: An International Journal*, 24(2), 536-568.
- Mitchell, A., Lafont, U., Hołyńska, M., & Semprimoschnig, C. J. A. M. (2018). Additive manufacturing—A review of 4D printing and future applications. *Additive Manufacturing*, 24, 606-626.
- Öberg, C. (2019). Additive manufacturing – digitally changing the global business landscape. *European Journal of Management and Business Economics*, 28(2), 174-188.
- Parvanda, R., & Kala, P. (2022). Trends, opportunities, and challenges in the integration of the additive manufacturing with Industry 4.0. *Progress in Additive Manufacturing*, 1-28.
- Qin, J., Liu, Y., & Grosvenor, R. (2017). A framework of energy consumption modelling for additive manufacturing using internet of things. *Procedia CIRP*, 63, 307-312.
- Sartal, A., Carou, D., Dorado-Vicente, R., & Mandayo, L. (2019). Facing the challenges of the food industry: might additive manufacturing be the answer?. *Proceedings of the*



- Institution of Mechanical Engineers, Part B: *Journal of Engineering Manufacture*, 233(8), 1902-1906.
- Singh, M., Kumar, P., & Rathi, R. (2019). Modelling the barriers of Lean Six Sigma for Indian micro-small medium enterprises: An ISM and MICMAC approach. *The TQM Journal*, 31(5), 673-695.
- Sürmen, H. K. (2019). Eklemeli İmalat (3b Baskı): Teknolojiler Ve Uygulamalar. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Dergisi*, 24(2), 373-392.
- Turkcan, H., Imamoglu, S. Z., & Ince, H. (2022). To be more innovative and more competitive in dynamic environments: The role of additive manufacturing. *International Journal of Production Economics*, 246, 108418.
- Wankhede, V. A., & Vinodh, S. (2021). Application of total interpretive structural modeling for analyzing factors of additive manufacturing and industry 4.0 integration. *Rapid Prototyping Journal*, 27(8), 1591-1608.
- Yıldız Çankaya, S. (2022). Kapalı Döngü Tedarik Zinciri Uygulamalarını Etkileyen Faktörlerin Yorumlayıcı Yapısal Modelleme Ve Mıcmac Yöntemleri İle Analizi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, (Özel Sayı), 1-25.

# COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİ, ÖNCESİ VE SONRASINDA KONTEYNER LİMANLARININ PERFORMANSLARININ COMET VE AHP YÖNTEMLERİYLE KÜRESEL ÖLÇEKTE DEĞERLENDİRMESİ

Haydar Mücahit ŞİŞLİOĞLU<sup>1</sup>

## Öz

Bu çalışma, Covid-19 Pandemi krizinin konteyner limanlarının performansı üzerine olan etkilerinin küresel ölçekte önceki ve sonraki dönemlere göre göreceli ölçülmek amacıyla hazırlanmıştır. "Characteristic Objects Method (COMET)" ve "Analytical Hierarchy Process (AHP)" çoklu karar verme yöntemleri araştırmada birlikte kullanılarak varılan sonuçların doğrulaması yapılmıştır. Küresel olarak konteyner limanlarının kriz öncesi 2019 yılı ile 2020 Pandemi dönemi ve 2021 Pandemi sonrası çoklu performans değerlerini girdi olarak kabul eden her iki model ile her dönem için birleştirilmiş tek bir performans değeri hesaplanmıştır. Konteyner limanlarının değerlendirilmesinde kullanılan toplam 12 değişik kritere göre söz konusu yılların birleştirilmiş performans değerlerinin hesaplanmasında UNCTAD tarafından yıllık olarak yayımlanan "Review of Maritime Transport 2020, 2021 ve 2022" raporlarında yer alan "Liman Performans ve Çevre Göstergeleri" esas alınmıştır. Modelin uygulanması neticesinde Pandemi öncesi döneme (2019 yılı) göre, Pandemi döneminde (2020 yılı) küresel ölçekte konteyner limanlarının birleştirilmiş performansında düşüş olduğu, Pandemiden sonraki 2021 yılında ise liman performanslarına artış olduğu, ancak 2019 yılı değerlerine ulaşamadığı gözlemlenmiştir. Aynı verileri kullanan, ancak değişik algoritmalara haiz COMET ve AHP yöntemleriyle anılan dönemlere ilişkin benzer neticelere ulaşılması sonuçların güvenilirliğini arttırmıştır. Çalışmada izlenen analitik yöntemin uygulanması neticesinde; benzer krizler süresince veya sonrasında ticari limanlara ilişkin olumlu veya olumsuz gelişmeler yıllara bağlı olarak zamanlıca izlenebilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Birleşik liman performansı, COMET, AHP, Konteyner limanı, Covid-19.  
**JEL Kodları:** C02, L91, P17, R41

## GLOBAL ASSESSMENTS OF CONTAINER PORT PERFORMANCES BY COMET AND AHP METHODS BEFORE, DURING AND AFTER THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD

### Abstract

This study has been prepared in order to measure the effects of the Covid-19 pandemic crisis on the performance of container ports on a global scale, relative to the previous and subsequent years. "Characteristic Objects Method (COMET)" and "Analytical Hierarchy Process (AHP)" multiple decision making methods were used together in the research, and the results were verified. A single combined performance value was calculated for each period, with both models accepting multiple performance values of container ports globally, pre-crisis 2019, 2020 pandemic period, and 2021 post-pandemic as inputs. According to a total of 12 different criteria used in the evaluation of container ports, the "Port Performance and Environmental Indicators" in the "Review of Maritime Transport 2020, 2021 and 2022" reports published annually by UNCTAD were taken as basis in calculating the combined performance values of the mentioned years. As a result of the implementation of the models, it was observed that there was a decrease in the combined performance of container ports on a global scale during the pandemic period (2020), compared to the pre-pandemic period (2019), and an increase in port performances in 2021 after the pandemic, but not reaching the 2019 values. Reaching similar results for the aforementioned periods with the COMET and AHP methods, which use the same data but have different algorithms, increased the reliability of the results. As a result of the application of the analytical method followed in the study; During or after similar crises, positive or negative developments regarding commercial ports can be monitored in a timely manner.

**Keywords:** Combined port performance, Covid-19, COMET, AHP, Container port.  
**JEL Codes:** C02, L91, P17, R41

<sup>1</sup>Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, [mucahitsislioglu@beykoz.edu.tr](mailto:mucahitsislioglu@beykoz.edu.tr), ORCID: 0000-0001-5977-3612

## 1. Giriş

Limanlar; uluslararası ticarete uygulanan lojistik hizmet süreçlerinde yüklerin karadan denize ve iç suyollarına veya denizden karaya doğru taşınma şeklinin gerçekleştirildiği, ihtiyaç duyulması halinde ise geçici olarak depolandığı ve neticesinde katma değer kazandığı ticari nitelikteki alanlar olarak tanımlanmaktadır.

Deniz ticaret limanlarının önemi; ekonomik büyüme, ticaret hacmi, istihdam ve tedarik zinciri faaliyetlerinin etkinliği gibi bir dizi faktörle de ilişkilidir. Keza, limanların performansının ölçülmesi, verimlilik, etkinlik ve rekabetçilik açısından da sektör yöneticilerine değerli bilgiler sağlar. Uluslararası ticaretin yoğun olduğu bölgelerde tesis edilen limanlar aynı zamanda yerel ekonomilere doğrudan ve dolaylı olarak katkılarda bulunur. Söz konusu katkılar kapsamında; ihracat ve ithalat faaliyetlerinin kolaylaştırılarak üretim sektörünün büyümesi, ticaret hacmindeki artış ve istihdam yaratılması sayılabilir. Yaratılan bu istihdam fırsatları, yerel toplumun ekonomik refahını artırarak sosyal kalkınmaya ve gelir dağılımındaki dengenin sağlanmasına da katkıda bulunur.

Limanların, uluslararası ve ulusal ticaret ile özellikle son Pandemi krizinde görüldüğü gibi küresel tedarik zincirindeki hayati önemlerinin anlaşılabilmesi için öncelikle limanlardaki dinamik ve karmaşık süreçler hakkında bilgi sahibi olunması gerekmektedir (Stopford, 2009, 561).

Yıllara bağlı olarak küresel ölçekteki verilere bakacak olursak Tablo 1’de gösterildiği gibi dünya ticaretinde deniz yolu ile taşınan yüklerin 2021 yılındaki toplam tonajının 11,95 milyar tondan 2022 yılında tahmini olarak 12,37 milyar tona artış sağlayacağı beklenmektedir. Söz konusu artış trendi son on yıl için %2,3 iken, Pandemi dönemini de içeren son beş yıl için %1,5 düzeyinde kalmıştır. Keza, dünya nüfusu dikkate alındığında Pandemi öncesi 1,08 ton olan kişi başına düşen dökme yük taşımalarının Pandemi döneminde 1,02 tona düştüğü, sonrasında ise artış göstererek 1,04 ton seviyesine çıktığı, ancak önceki dönem değerlerine henüz ulaşamadığı gözlemlenmiştir. Konteyner taşımacılığında ise kişi başı taşımada bir azalma olmadığı, önceki dönemde izlenen artış trendinin kriz döneminde ve sonrasında da devam ettiği, 2022 yılında da 0,26 tona ulaşacağı değerlendirilmiştir. (İMEAK Deniz Ticaret Odası 2022 Raporu, 2022: 38).

**Tablo 1:** Dünya Ticareti ve Dünya Denizyolu Taşımacılığı (İMEAK Raporu, 2022)

Dünya Ticareti ve Deniz Yolu Taşımacılığı	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021(y)	2022(t)	10 (*) Yıllık Trend	5 (*) Yıllık Trend
<b>Kişi Başına Denizyolu Ticareti</b>											
Dünya Denizyolu Ticareti (milyar ton)	10,56	10,79	11,12	11,57	11,89	11,95	11,54	11,95	12,37	2,3%	1,5%
Dünya Nüfusu (milyon kişi)	7,30	7,38	7,46	7,55	7,63	7,71	7,80	7,88	7,95	1,1%	1,1%
Ticaret Tonajı (Kişi Başı)	1,45	1,46	1,49	1,53	1,56	1,55	1,48	1,52	1,56	1,2%	0,4%
Dökmeyük Taş. (Kişi Başı)	1,04	1,04	1,06	1,08	1,09	1,08	1,02	1,04	1,06	0,7%	-0,4%
Konteyner Taşımacılığı (Kişi Başı)	0,21	0,22	0,22	0,23	0,24	0,24	0,24	0,25	0,26	2,6%	2,2%
<b>Denizyolu Taşımacılığı Çarpanları</b>											
Dünya Denizyolu Taşımacılığı Gelişimi	3,4%	2,2%	3,0%	4,1%	2,7%	0,5%	-3,4%	3,6%	3,5%	2,4%	1,5%
Dünya GSYİH Gelişimi	3,6	3,4	3,3	3,8	3,6	2,8	-3,1	5,9	4,9	3,0%	2,6%
Denizyolu Taş. /GSYİH Çarpanı	0,94	0,63	0,93	1,09	0,77	0,18	1,1	0,61	0,72	0,78	0,58
<b>Dünya Ticaret (milyar ton)</b>											
Dünya Denizyolu Taşımacılığı	10,56	10,79	11,12	11,57	11,89	11,95	11,54	11,95	12,37	2,3%	1,5%
Dünya Ticaret Hacmi (Bütün Modlar)	12,5	12,78	12,95	13,56	13,95	14,07	13,33	14,11	14,77	2,0%	1,7%
<b>Dünya Taşımacılığı Denizyolu Oranı</b>	<b>85%</b>	<b>84%</b>	<b>86%</b>	<b>85%</b>	<b>85%</b>	<b>85%</b>	<b>87%</b>	<b>85%</b>	<b>84%</b>	<b>85%</b>	<b>85%</b>

**Kaynak:** Clarkson Research Seaborn, February 2022.

Tablodaki sayısal verilerden de görüldüğü gibi ulaştırma altyapıları içinde kilit rolü olan limanlarda gemilere ve yüklere verilen hizmetlerin çeşitliliği, ihtisaslaşmayı ve performans ölçümlerinde güvenilir yöntemlerin kullanımının gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Esmer, 2019: V).

Bu gereklilikten hareketle küresel veya ulusal ölçekte limanların performanslarının analitik modellerle objektif kriterlere bağlı olarak değerlendirilmesinin yapılması, karar vericilerin yönetim stratejilerinin belirlemede kilit rol oynamaktadır. Keza, söz konusu yaklaşım ulusal ölçekte limanlara yapılacak alt yapı yatırım seçeneklerinin maliyet etkenliklerinin sayısal modellemelerle tahmin edilerek geçmiş yıllardaki performanslarıyla mukayese edilebilmesini ve buna bağlı olarak da en uygun seçeneğin yatırıma dönüştürülebilmesine imkân sağlar. (Şişlioğlu, M., Çelik, M. ve Özkaynak, S., 2019).

Deniz ticaret limanlarının performansının ölçülmesi, verimlilik ve etkinlik değerlerinin sayısal olarak gösterilebilmesi açısından önemlidir. En genel anlamıyla bir limanın verimli olması, mal ve hizmetlerin taşınmasında minimum maliyetle maksimum sonuç elde etmeyi ifade eder. Verimlilik; yük elleçleme sürelerinin azaltılması, ekipmanın etkin kullanımı ve lojistik süreçlerin optimize edilmesi gibi faktörlere bağlıdır. Liman operasyonlarının etkinliği ise limanların kapasite kullanımının maksimize edilmesi ile gemilerin bekleme sürelerinin azaltılması ve tedarik zincirdeki kesintilerin minimize edilmesiyle ilgilidir. Elde edilen performans verileri, deniz ticaret limanlarının rekabetçiliği ve sürdürülebilirliği açısından da önemlidir. Limanların performansının ölçülmesi, yöneticilere ve işletme sahiplerine veriye dayalı kararlar almalarına yardımcı olur. Performans göstergeleri, limanların güçlü yönlerini ve

zayıflıklarını belirlemeye yardımcı olur ve iyileştirme fırsatlarını ortaya çıkarır.

Performans ölçümü, limanların uluslararası rekabetçiliklerini artırmak ve müşteri memnuniyetini sağlamak için kritik bir araçtır. Performansın ölçülmesi için çeşitli yöntemler ve göstergeler kullanılır. Bunlar arasında yük elleçleme hızı, yükleme ve boşaltma süreleri, gemi bekleme süreleri, ekipman kullanım oranları, işletme maliyetleri ve çevresel etkiler gibi faktörler yer alır. Bu veriler, limanların faaliyetlerini değerlendirmek, performanslarını karşılaştırmak ve iyileştirme alanlarını belirlemek için kullanılır. Ayrıca, müşteri memnuniyeti anketleri ve geri bildirimler de performansın ölçülmesinde önemli bir role sahiptir. Bu verilerin düzenli olarak toplanması ve analiz edilmesi, limanların sürekli gelişimini sağlamak ve yüksek bütçeleri gerektiren altyapı seçeneklerin belirlenmesi ile bunların içinden maliyet etkenlik açısından en uygun olanının seçimi için de önemlidir.

Deniz ticareti sektöründe kullanılan liman performans ölçüm modelleri ile bu modellerin işleyişinde girdi olarak kullanılan parametreler ile algoritmaların seçimi limanların kullanım amaçlarına göre farklılık göstermektedir. Halihazırda uluslararası düzeyde konteyner limanlarının performanslarının ölçümüne yönelik olarak kullanılmakta olan yöntemler aşağıda sunulmuştur;

- “Düzenli Hat Bağlantı Göstergesi (Liner Shipping Connectivity Index) (LSCI)”:

LSCI puanı, ülkelerin deniz taşımacılığı sektörlerinin durumuna göre küresel denizcilik ağlarına ne kadar iyi bağlı olduğunu gösterir. Esas olarak konteyner taşımacılığıyla ilgili limanların performansının ölçüldüğü bu indeksin oluşturulması için konuyla ilgili beş değişik kriter kullanılmaktadır. Limanları bir yıl içinde kullanan konteyner gemi sayısı, gemilerin büyüklüğü, TEU olarak kapasitesi, limanlarda verilen hizmet çeşitliliği ile lojistik hizmet veren kuruluşların sayısı esas alınarak UNCTAD tarafından periyodik olarak yayınlanan, ülkelerin veya belirlenmiş konteyner limanlarının küresel konteyner deniz ticaretindeki yerini gösteren puanlama sistemidir (LODER, 2019). 2006 yılında ülkeler arasında en yüksek değere sahip olan Çin’in değeri 100 olarak kabul edilerek ülkelerin yıllık olarak LSCI puanları hesaplanmaktadır. UNCTAD istatistiklerine göre Türkiye’nin LSCI puanları Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre ülkemizin 2010 yılında 36,15 olan LSCI puanı Pandemi dönemi de dahil olmak üzere genelde bir artış trendi izlemiştir. 2021 yılında 61,40 olan bu değer, 2022 yılında artış göstererek 63,03’e ulaşmıştır. ([unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/GB/792/index.html](https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/GB/792/index.html))

**Tablo 2.** Türkiye'nin Düzenli Hat Bağlantı Göstergesi (LSCI) Puanları

2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022
36,15	52,28	54,13	55,60	57,70	60,80	61,40	63,03

**Kaynak:** UNCTAD İstatistikleri, Türkiye Ülke Profili, Ocak 2023

- “Limanda Kalış Süresi (Port Turnaround Times):

Yük boşaltmak/almak amacıyla ticari bir limanı kullanan bir ticaret gemisinin limana girişinden çıkışına kadar geçen ve tüm süreçleri kapsayan süredir”. Limanı kullanan ticaret gemisi tipine bağlı olarak ölçüt birimi saat veya gün olarak ifade edilen bu değer gemi ve liman işleticileri tarafından minimum değerde olması tercih edilir. UNCTAD verilerine göre 2021 yılında dünya ticari limanlarında gemilerin ortalama limanda kalış süresi 1,05 gün olarak ölçülmüştür. Gemi tiplerine göre değişiklik gösteren bu değer en kısa olduğu konteyner gemileri için 0,80 gün iken, en uzun ortalama değer dökme kuru yük gemileri için 2,11 gün olarak ölçülmüştür. Türkiye limanları için konteyner gemilerinin ortalama limanda kalış süresi ise dünya ortalamasının altında 0,63 gün olarak belirlenmiştir (UNCTAD, Review of Maritime Transport 2022, Sy. 82).

- Liman Performansı ve Çevresel Göstergeler (Port Performance and Environmental Indicators):

Birleşmiş Milletler (BM)'e bağlı olarak faaliyet gösteren UNCTAD tarafından her yıl yayımlanan “The Review of Maritime Transport” raporları içinde yer alan limanlara ait küresel ölçekteki altı ana performans ölçütü ile bunların altında yer alan toplam 35 alt kriterden oluşmuştur. Ana göstergeler olarak; finans, insan kaynakları, çalışanlar içinde kadın yüzdesi, gemi ve kargo operasyonları ile AR-GE bütçesi içindeki çevreye yönelik harcamaların yüzdesi başlıkları seçilmiştir (UNCTAD, Review of Maritime Transport 2022, Sy. 93).

- Konteyner Limanlarında Yıllık Elleçlenen Konteyner Sayısı (TEU)

En basit anlamda liman performanslarının ölçümünde kullanılan ve tek bir değerden oluşan bir göstergedir. Yıllık bazda TEU olarak ölçülen ve liman süreçlerinde yüklenen ve boşaltılan konteynerlerin toplam sayısıdır. 2020 yılı Pandemi dönemi ile sonrası olan 2021 yılı bölgelere göre dünya değerleri karşılaştırmalı olarak Tablo 3'te gösterilmiştir. Buna göre dünyada konteyner limanlarında 2020 yılında elleçlenen toplam konteyner sayısı 802 milyon TEU iken, Pandemi sonrası %7'lik bir artış göstererek 2021 yılında 857 milyon TEU'ya ulaşmıştır.

**Tablo 3.** Dünya Konteyner Limanlarının Bölgelere Göre 2020-2021 Yılları Elleçleme Sayıları (Milyon TEU)

Bölge	Yıllara Göre TEU Sayıları		Yıllık Değişim Yüzdeleri (%)
	2020	2021	
Asya	506	535	% 6
Avrupa	136	143	% 5
Kuzey Amerika	67	77	% 14
Latin Amerika	49	55	% 11
Afrika	30	33	% 10
Okyanusya	13	14	% 8
Dünya Toplamı	802	857	% 7

**Kaynak:** UNCTAD, Review of Maritime Transport 2022, Sy: 49

Yukarıda örnekleri verilen çok sayıdaki kriteri birleştirerek karara konu olan seçeneklerin her birine tek bir birleşik performans değeri atayan analitik bir modelin kullanılmasına da ihtiyaç duyulmaktadır. Birleşik performans değerinin oluşturulmasında kullanılan kriter sayısının çokluğu, bu değerlerin güvenilirliğini ve gerçek performansları yansıtabilme seviyesini olumlu yönde arttıracaktır. Bu sayede yıllara göre dünya genelinde konteyner limanlarının performansları çok yönlü olarak göreceli bir şekilde değerlendirilebilecek ve gerçekçi bir sıralama yapılabilecektir.

## 2. İnceleme

### 2.1. Çok Kriterli Karar Verme Modelleri

Bu maksatla kullanılacak çok kriterli karar verme modelleri Tablo 4’de listelenmiştir (Salabun ve Karczmarczyk, 2018: 2249). Bu çalışmada ise; Liman Performans ve Çevre Göstergelerini girdi olarak kabul eden “Characteristic Objects Method (COMET)” modeli ile “Analytic Hierarchy Process (AHP)” modelleri konteyner limanların birleştirilmiş performansının ölçümünde kullanılmıştır.

**Tablo 4.** Çok Kriterli Karar Modelleri

Model İsmi	Kısaltması
Analytic Hierarchy Process	AHP
Analytic Network Process	ANP
Characteristic Objects Method	COMET
Dominance-based Rough Set Approach	DRSA
Multicriteria Evaluation with MixedQualitative and Quantitative Data	EVAMIX
Intercriteria Decision Rule Approach	IDRA
Measuring Attractiveness by a Categorical Based Evaluation Technique	MACBETH
multi-attribute utility theory	MAUT
multi-attribute value theory	MAVT
Organisation, Rangement Et Synthese de donnees relaTionnelles	ORESTE
Passive and Active Compensability Multicriteria Analysis	PACMAN
Preference Ranking Globalfrequencies in Multicriterion Analysis	PRAGMA
Preference Ranking Organization METHod for Enrichment of Evaluations	PROMETHEE
Simple Multi-Attribute Rating Technique	SMART
Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution	TOPSIS
Utility Theory Additive	UTA

## 2.2. Konuyla İlgili Literatür Araştırması

Fuzzy mantığını ve üçgen fuzzy fonksiyonlarının kullanımını esas alan COMET yönteminin diğer yöntemlere göre daha etkin ve üstün olduğu değerlendirildiği konuyla ilgili çalışmalarda yer almaktadır. Örneğin, 2014 yılında yapılan bir çalışmada COMET metodunun uygulama safhaları ve diğer yöntemlere göre üstünlüğü açıklanmıştır (Piegat ve Salabun, 2014: 5). En belirgin üstünlüğünün “rank-reversal” olumsuzluğunun bu modelde mevcut olmamasıdır, Bu olumsuz durumun görüldüğü AHP metodunda seçeneklerin değerlendirilmesinde kullanılacak seçim kriterleri değerlerinin hesaplanmasında seçeneklerin de girdi olarak kullanılması ve neticesinde seçeneklerin değişimine bağlı olarak bu seçim değerlerinin de değişiyor olmasıdır. “Rank-reversal” olumsuzluğunun içermeyen COMET metodunda ise ilk aşamada seçim kriter değerleri seçeneklerden bağımsız olarak hesaplanmakta, daha sonraki aşamada ise seçeneklerin belirlenmiş olan bu ölçütlere göre performansları ölçülmektedir.

COMET modeli son dönemlerde lojistik sektöründe değişik alanlarda en iyi performanslı ulaşım aracı modellerinin seçiminde kullanılmıştır. Örneğin; sürdürülebilir bir şehir içi ulaşım sisteminin oluşturulabilmesi amacıyla, on değişik elektrikli bisiklet modeli arasında performansı en iyi olan modelin sekiz kritere göre seçiminde COMET modeli kullanılmıştır (Salabun et al, 2019: 7).

Benzer şekilde, performansı en iyi olan dron seçiminde Tablo 2’de yer alan çok kriterli



karar modellerinden VIKOR ve COMET modelleri esas alınmıştır. Sonuçta; üst sıralardaki sıralamalarda bazı farkların olduğu, ancak dron seçeneklerin birleştirilmiş performans değerlerine göre sıralamalarının genelde örtüştüğü görülmüştür (Kozlov ve Norek, 2021:4523).

Diğer bir çalışmada ise sürdürülebilir şehir taşımacılığında kullanılacak dokuz elektrikli araba modeli arasında en iyisinin seçimi altı kritere göre COMET metoduyla yapılmıştır. Söz konusu kriterler; motor gücü, maksimum tork, batarya kapasitesi, batarya şarj süresi, menzil ve fiyattır (Salabun ve Karczmarczyk, 2018:2249).

COMET metodunun TOPSIS metoduyla karşılaştırıldığı diğer bir çalışmada ise, az sayıda seçim kriterinin olduğu senaryolarda TOPSIS yönteminin güvenilirliğinin az olduğu, bunun karşısında az sayıda olsa da bu kriterlerin kombinasyonunu kullanarak çok sayıda kriter oluşturan ve seçimini bu çoklu kriterlere göre yapan COMET yönteminin performans sıralamasının daha objektif ve kabul edilebilir olduğu ifade edilmiştir (Salabun, 2015: 38).

COMET modeli aynı işlevi gören birden fazla limanın birleşik performanslarının hesaplanmasında ve bu değerlere göre performanslarının mukayesesinde de kullanılmıştır. (Şişlioğlu, 2021)

AHP, VICOR ve TOPSIS gibi benzer çoklu karar verme yöntemlerinden üstünlükleri olan ve daha önce lojistik sektöründe değişik alanlarda (Elektrikli bisiklet ve dron modeli seçimi gibi) kullanılan COMET modeli bu çalışmada liman performanslarının ölçümünde esas alınmıştır. Analizde COMET modelinin güvenilirliğinin test edilmesi amacıyla aynı kriter değerlerini girdi olarak kabul eden AHP çok kriterli analiz modeli de kullanılmıştır. AHP uygulamasında “Rank-reversal” olumsuzluğu ile karşılaşabilme olasılığının, incelemede sadece üç yıla ait değerlerin incelecek olması ve yeni bir ilave yılın da modele dahil edilmeyecek olması nedenleriyle çok düşük olacağı değerlendirilmiştir.

Modellerin uygulanmasıyla; benzer krizler süresince veya sonrasındaki dönemlere ait liman performanslarının birbirlerine göre göreceli olarak birleştirilmiş tek bir performans değeri hesaplanabilecektir. Benzer şekilde aynı limanın kriz öncesi, kriz ve sonrası dönemlerdeki performans değerleri de karşılaştırmalı olarak hesaplanabilecektir. Sonuç olarak, çalışmada önerilen analitik yöntemlerle limanlara ilişkin olumlu veya olumsuz gelişmeler objektif göstergeler esas alınarak izlenebilecektir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde COMET modeli safhaları hakkında özet bilgi sunulmuş ve modelin uygulanması kapsamında Pandemi dönemi ile öncesi ve sonrası yıllardaki dünya konteyner limanlarının birleşik performansları hesaplanmıştır. Dördüncü bölümde ise aynı kriter değerleri AHP modelinde de girdi olarak kullanarak 2019, 2020 ve 2021 yıllarına ait

birleşik performans değerleri mukayeseli olarak belirlenmiştir. Sonuç ve önerilerin yer aldığı son bölümde COMET ve AHP modeli uygulamalarının neticesinde hesaplanan 2019,2020 ve 2020 yıllarına ait küresel ölçekteki konteyner limanları bileşik performans değerleri analiz edilerek, sonuçları karşılaştırılmıştır. Öneriler kısmında ise bahse konu modellerin kullanılabileceği lojistik sektöründeki diğer uygulama alanları ifade edilmiştir.

### 2.3. Karar Kriterleri ve Değerleri

Karar kriterleri olarak Tablo 5’de listelenen ve Birleşmiş Milletler’in bir kuruluşu olan “United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)” tarafından geliştirilmiş olan “Port Performance Scorecard Indicators” listesinde yer alan altı ana grup ile bunların alt setini teşkil eden 35 alt kriter kullanılmıştır. (UNCTAD, Review of Maritime Transport 2022; Sy: 93). Söz konusu tabloda yer alan küresel ölçekteki ortalama liman verileri, 2019,2020 ve 2021 yıllarına ait değişik ülke ve 100’ün üzerindeki limandan toplanmış olan toplam 2.500 veriden elde edilmiş beş yıllık hareketli ortalama performans göstergeleridir.

**Tablo 5: UNCTAD Yıllık Liman Performans Göstergeleri**

GRUP	NO	GÖSTERGE	YILLIK DÜNYA LIMAN ORTALAMALARI		
			2019	2020	2021
1. FINANS	1.1	EBITDA/Gelir	36,8 %	18,3 %	34,2 %
	1.2	Gemi Geliri/Gelir	22,5 %	24,5 %	23,5 %
	1.3	Kargo Geliri/Gelir	15,7 %	16,2 %	16,1 %
	1.4	Kiralar/Gelir	35,9 %	39,9 %	37,6 %
	1.5	İççelik Geliri/Gelir	14,2 %	11,7 %	13,7 %
	1.6	Ücretler/Gelir	6,1 %	4,1 %	5,2 %
2. İNSAN KAYNAKLARI	2.1	Ton Çalınan	63 689 Ton	70 514 Ton	68 142 Ton
	2.2	Gelir Çalınan	\$ 215 247	\$ 173 912	\$ 192 397
	2.3	EBITDA Çalınan	\$ 102 372	\$ 80 652	\$ 89 673
	2.4	Çalışan Maliyeti	\$ 36 768	\$ 23 853	\$ 28 181
	2.5	Eğitim Maliyeti/Ücretler	1,4 %	0,9 %	1,2 %
3. CİNSİYET	3.1	Kadın % Genel	17,6 %	17,1 %	17,8 %
	3.2	Kadın % Yönetim	39,9 %	46,4 %	43,1 %
	3.3	Kadın % Operasyon	14,2 %	21,2 %	20,8 %
	3.4	Kadın % Kargo	5,5 %	6,5 %	6,0 %
	3.5	Kadın % Diğer	29,3 %	28,3 %	28,2 %
4. GEMİ OPERASYONLARI	4.1	Ortalama Liman Süresi	12,9 Saat	18,4 Saat	14,4 Saat
	4.2	Ortalama Gross Ton/Gemi	18 335 Ton	17 580 Ton	18 423 Ton
	4.3	Tankör Gemisi Sayısı	10,2 %	8,2 %	10,4 %
	4.4	Kuru Yük Gemisi Sayısı	11,2 %	7,7 %	8,1 %
	4.5	Konteyner Gemisi Sayısı	31,7 %	26,7 %	31,8 %
	4.6	Genel Kargo Gemi Sayısı	1,3 %	0,3 %	0,8 %
	4.7	Kruvaze Gemi Sayısı	24,8 %	37,8 %	28,3 %
	4.8	Diğer Tür Gemi Sayısı	24,3 %	15,3 %	20,9 %
5. KARGO OPERASYONLARI	5.1	Ortalama Gemi Tonajı	7 926 Ton	9 106 Ton	8 094 Ton
	5.2	Ortalama Kuru Yük Ton/Saat	371 Ton	101 Ton	308 Ton
	5.3	Ortalama Konteyner Gemi Saati	31,0 TEU	26,0 TEU	29,0 TEU
	5.4	TEU Bölünme Gücü	6,05 Gün	9,27 Gün	7,81 Gün
	5.5	Ortalama Sıvı Yük Ton/Saat	7,0 Ton	2,0 Ton	5,6 Ton
	5.6	Ton Alan Hektar	140 638 Ton	145 968 Ton	143 029 Ton
	5.7	Ton Rahnın Metre	8 003 Ton	6 807 Ton	7 092 Ton
	5.8	Toplam Yolcu Feribot	1 198 526	145 111	354 196
	5.9	Toplam Yolcu Kruvaze	111 976	7 436	78 836
6. ÇEVRE	6.1	Çevre Yatırımı/Toplam Yatırım	7,1 %	3,1 %	4,6 %
	6.2	Çevre Harcaması/Toplam Gelir	2,0 %	1,0 %	1,4 %

Doğrudan konteyner limanlarıyla ilgili olan ve Tablo 6’da gösterilen 12 adet alt kriter (C) her iki çoklu karar verme yönteminde de (COMET ve AHP) girdi olarak kullanılmıştır. Diğerlerinin ise konteyner limanlarıyla ilgili olmadığı ve neticesinde birleştirilmiş nihai performans değeri için anlamlı bir katkı sağlamayacakları değerlendirilmiştir.

**Tablo 6.** Konteyner Limanları Performans Göstergeleri ve Birimleri

$C_i$	GÖSTERGELER	Tipi	Birim
$C_1$	Gemi Geliri/Toplam Gelir	Gelir	%
$C_2$	Kargo Geliri/Toplam Gelir	Gelir	%
$C_3$	Gelir/Çalışan	Gelir	ABD \$
$C_4$	Çalışan Maliyeti	Maliyet	ABD \$
$C_5$	Kadın % Genel	Gelir	%
$C_6$	Liman Süresi	Maliyet	Saat
$C_7$	Konteyner Sayısı/Gemi	Gelir	TEU
$C_8$	Konteyner Gemisi Sayısı/Ay	Gelir	Gemi Sayısı/Ay
$C_9$	Eleçlenen Konteyner /Gemi Saati	Gelir	TEU/Saat
$C_{10}$	TEU Bekleme Günü	Maliyet	Gün
$C_{11}$	Eleçlenen Konteyner/Rıhtım Metre	Gelir	TEU/Metre
$C_{12}$	Çevre Yatırımı/ Toplam Yatırım	Gelir	%

Bütünleşik performans hesaplamasında kullanılmak üzere “4. Gemi Operasyonları” ana grubu içindeki sekiz alt kriter arasından “4.1 Ortalama Liman Süresi (Gün)” ve “4.2 Ortalama Gross Ton/Gemi” alt kriterleri anlamlı olmaları nedeniyle seçilmiştir. Diğer yandan “4.3 Tanker Gemi Sayısı” ile “4.4 Kuru Yük Gemi Sayısı” ölçütleri analiz dışı bırakılmıştır. Bununla birlikte, “4.2 Ortalama Gross Ton/Gemi” alt kriteri konteyner limanlarının incelenecek olması nedeniyle “ $C_9$ : Bir Saate Eleçlenen Gemi Başına Ortalama Konteyner Sayısı (TEU/gemi saat)” olarak modifiye edilmiştir,

Söz konusu 12 kriterden beşi doğrudan konteyner limanlarına yönelik süreçlerle ilgilidir. Bunlar;

$C_7$ : Gemi başına elleçlenen ortalama konteyner sayısı (TEU),

$C_8$ : Bir ay süresince elleçlenen konteyner gemisi sayısı ortalaması (Gemi sayısı/ay),

$C_9$ : Gemi başına bir saate elleçlenen ortalama konteyner sayısı (TEU/gemi saat),

$C_{10}$ : Eleçlenen konteynerlerin limanda kalış sürelerinin gün olarak ortalaması (Gün),

$C_{11}$ : Bir ayda elleçlen toplam konteyner sayısının rıhtım uzunluğuna oranı (TEU/ metre),

Diğer yedi kriter ise her tür liman için geçerli olan temel ölçütlerdir.

Yukarıda belirlenmiş olan kriter değerlerinin yıllara bağlı olarak belirli tipteki limanlara yönelik olarak temini ticari gizlilik nedeniyle mümkün olmamıştır. Dolayısıyla konteyner liman performans değerlendirmesi, UNCTAD tarafından dünya çapında yıllara bağlı olarak tüm limanlara yönelik olarak yayınlanan genel verilere istinaden gerçekleştirilmiştir.

Konteyner limanlarının performanslarının modellerde değerlendirilmesinde kriter ( $C_i$ ) olarak kullanılmak üzere UNCTAD performans indeksinden esinlenerek oluşturulan ve 12 adet kriter Tablo 4’de listelenmiştir. Her bir kriterin ölçüm birimi ile tipi de bu listede yer almaktadır. Yüksek değerlerin tercih edildiği kriterlerin tipi “Gelir (profit)”, düşük değerlerin tercih edildiği kriterler ise “Maliyet (cost)” tipi olarak tanımlanmıştır.

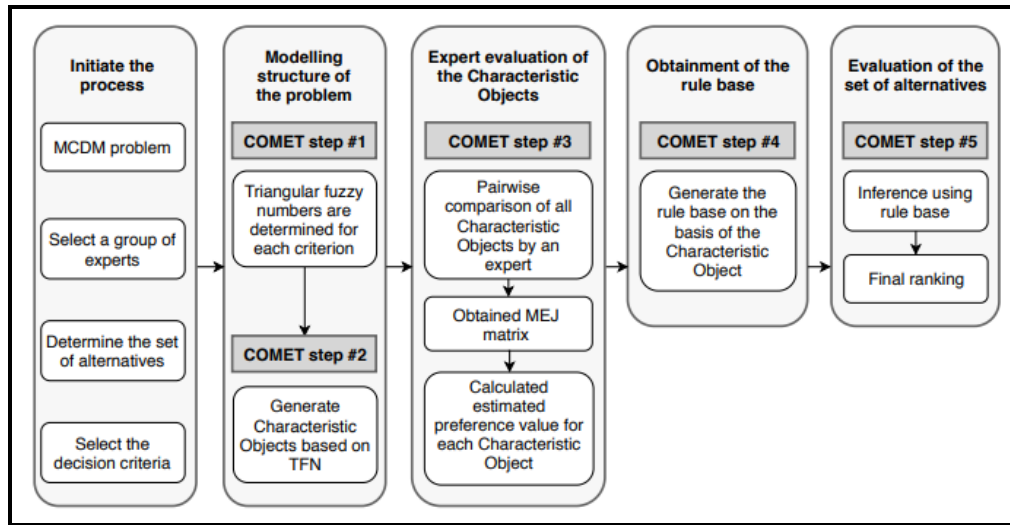
Pandemi döneminin öncesi ve sonraki yıllar çalışmada inceleneceğinden UNCTAD'ın anılan yıllara ait performans göstergeleri değerleri derlenerek Tablo 7'de sunulmuştur.

**Tablo 7.** Konteyner Limanları Performans Göstergelerinin Yıllara Göre Değerleri

C <sub>i</sub>	GÖSTERGELER	Birim	YILLAR		
			2019	2020	2021
C <sub>1</sub>	Gemi Geliri/Toplam Gelir	%	22,50	24,50	23,50
C <sub>2</sub>	Kargo Geliri/Toplam Gelir	%	15,70	16,20	16,10
C <sub>3</sub>	Gelir/Çalışan	ABD \$	215 247	173 912	192 397
C <sub>4</sub>	Çalışan Maliyeti	ABD \$	36 768	23 853	28 181
C <sub>5</sub>	Kadın % Genel	%	17,60	17,10	17,80
C <sub>6</sub>	Liman Süresi	Saat	12,90	18,40	14,40
C <sub>7</sub>	Konteyner Sayısı/Gemi	TEU	8 185	7 092	8 649
C <sub>8</sub>	Konteyner Gemisi Sayısı/Ay	Gemi Sayısı/Ay	31,80	26,73	29,08
C <sub>9</sub>	Elleçlenen Konteyner /Gemi Saati	TEU/Saat	31,00	26,00	29,00
C <sub>10</sub>	TEU Bekleme Günü	Gün	6,05	9,27	7,81
C <sub>11</sub>	Elleçlenen Konteyner/Rıhtım Metre/Ay	TEU/Metre/Ay	843,62	564,02	647,39
C <sub>12</sub>	Çevre Yatırımı/ Toplam Yatırım	%	7,10	3,10	4,60

### 3. “Characteristic Objects Method (COMET)” Modeli Uygulaması

COMET modelinin işleyişine ilişkin akış diyagramı Şekil 1'dedir, (Salabun et al, 2019: 5)



**Şekil 1.** COMET Modeli Safhaları, (Salabun et al, 2019: 5)

Şekil 1'de de görüldüğü gibi COMET yönteminde beş temel safha vardır. Bunlar;

- **Safha 1: Sürecin başlatılması**

- o Çok kriterli karar probleminin (MCDA) tanımlanması,
- o Konuya ilişkin değerlendirme yapacak uzmanların seçimi,
- o Karara esas olabilecek seçeneklerin belirlenmesi,
- o Karar kriterlerinin seçimi.

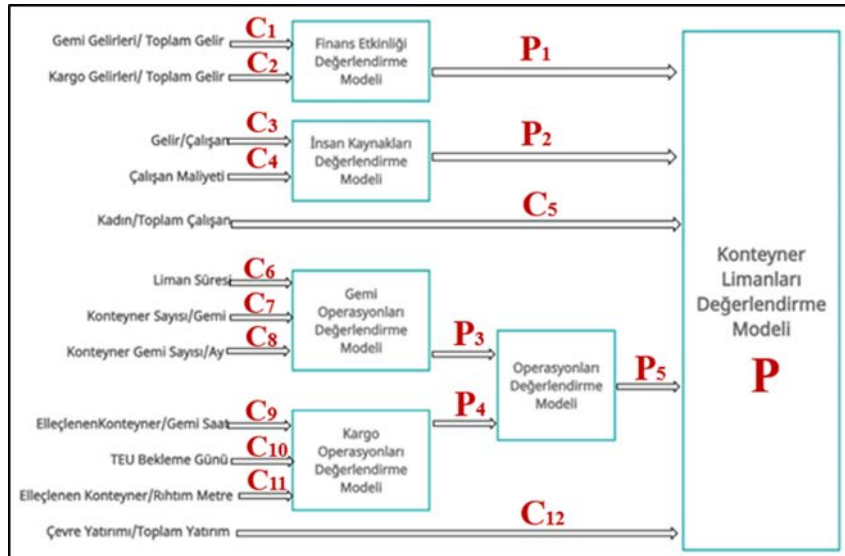
- **Safha 2: Problemin modellenmesinin yapılması**

- o Her bir kriter için fuzzy üçgeni sayılarının (TFN) belirlenmesi,

- TFN esas alınarak “Characteristic Objects (COs)” lerin üretilmesi.
- **Safha 3: CO'lara ilişkin uzman değerlendirmelerin alınması**
  - TFN esas alınarak “Characteristic Objects (COs)” lerin üretilmesi,
  - CO çiftlerinin uzmanlar tarafından karşılıklı olarak mukayese edilmesi,
  - Uzman değerlendirme matrisinin (MEJ) oluşturulması,
  - Her bir CO için tahmini tercih edilme değerinin hesaplanması.
- **Safha 4: Temel ölçüt kuralının belirlenmesi**
  - COs'lar esas alınarak temel ölçüt kuralın belirlenmesi.
- **Safha 5: Seçeneklerin değerlendirilmesi**
  - Temel kurala göre seçeneklerin tercih edilme değerlerinin hesaplanması,
  - Seçeneklerin tercih edilme sıralamasının yapılması.

### 3.1. COMET Modelinin Uygulaması

Kriter olarak İkinci Bölümdeki Tablo 6’da açıklanmış olan konteyner limanlarıyla ilgili 12 adet kriter kullanılacaktır. Yıllara göre kriter değerleri ise Tablo 7’de listelenmiştir. COMET uygulamasında modellemenin daha da basitleştirilerek hesaplamaların kolaylaştırılması amacıyla birbiriyle yakın ilişkili olan kriterler gruplandırılarak beş adet alt modeller oluşturulmuştur. COMET modeli içinde yer alan beş alt model ile bunlarda girdi olarak kullanılan kriterler ve çıktıları Şekil 2’deki akış diyagramında gösterilmiştir. Örneğin; “C<sub>6</sub> Liman Süresi”, “C<sub>7</sub> Konteyner Sayısı/Gemi” ve “C<sub>8</sub> Konteyner Gemi Sayısı/Ay” kriterleri birleştirilerek “Gemi Operasyonları Değerlendirme Alt Modelinde” girdi olarak kullanılmışlardır (Şişlioğlu, 2021).



## Şekil 2. COMET Modeli Girdi Parametrelerinin Akış Diyagramı

Problemin bu şekilde daha basit hale getirilmesi sonucunda fuzzy üçgeni sayıları esas alınarak üretilen “Characteristic Objects (COs)” sayılarında azalım sağlanmıştır. Her bir alt modelde kullanılacak COs sayısı ile bunların arasında yapılacak karşılaştırma adetleri ve çıktıları aşağıda olduğu gibidir;

- Finans Etkinliği Değerlendirme Modeli: İki girdi ( $C_1, C_2$ ), dokuz “Characteristic Objects (COs)” ( $3*3$ ) ve 36 çift CO karşılaştırması ( $9*(8/2)$ ), Çıktısı  $P_1$ .
- İnsan Kaynakları Değerlendirme Modeli: İki girdi ( $C_3, C_4$ ), dokuz CO ve 36 çift CO karşılaştırması, Çıktısı  $P_2$ .
- Gemi Operasyonları Değerlendirme Modeli: Üç girdi ( $C_6, C_7, C_8$ ), 27 CO ( $3*3*3$ ) ve 351 çift CO karşılaştırılması ( $27*(26/2)$ ), Çıktısı  $P_3$ .
- Kargo Operasyonları Değerlendirme Modeli: Üç girdi ( $C_9, C_{10}, C_{11}$ ), 27 CO ve 351 çift CO karşılaştırılması, Çıktısı  $P_4$ .
- Operasyonları Değerlendirme Modeli: İki girdi ( $P_3, P_4$ ), dört CO ve 8 çift CO karşılaştırması, Çıktısı  $P_5$ .
- Konteyner Limanları Değerlendirme Modeli: Beş girdi ( $C_5, C_{12}, P_1, P_2, P_5$ ), 54 CO, Çıktısı  $P$ ,

### 3.2. Karar Kriterleri İçin Fuzzy Üçgeni Sayılarının (TFN) Belirlenmesi

Üçgen fuzzy sayılarının  $A(a,m,b)$  fuzzy set fonksiyonunda kullanım formülü aşağıdadır.

$$\mu_A(x, a, m, b) = \begin{cases} 0 & x \leq a \\ \frac{x-a}{m-a} & a \leq x \leq m \\ 1 & x = m \\ \frac{b-x}{b-m} & m \leq x \leq b \\ 0 & x \geq b \end{cases} \quad (1)$$

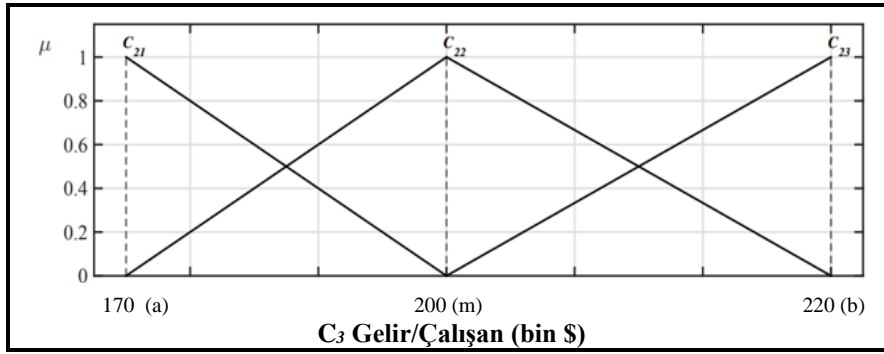
Tablo 7’de yer alan konteyner limanları performans gösterge değerleri esas alınarak her bir kriter için belirlenen fuzzy üçgeni sayıları (TFN) Tablo 8’de listelenmiştir. Bu sayılardan düşük (a) olanının belirlenmesinde üç yıla ait bahse konu kriter değerlerinden en düşük olanı, yüksek (b) olanın belirlenmesinde ise en yüksek değerlikteki yıl kriter değeri esas alınmıştır. Örneğin “ $C_6$ : Liman Süresi (Saat)” kriteri fuzzy üçgen sayıları 12, 16 ve 20 saattir. Yıllara ait  $C_6$  kriter değerleri incelendiğinde en düşük değer 12;90 saat ile Pandemi öncesi 2019 yılına ait olduğu, en yüksek değer ise Pandeminin yaşandığı 2020 yılına ait 18;40 saat değeri olduğu

görülmektedir. Dolayısıyla bu değerleri kapsayacak şekilde “ a “ fuzzy sayısı 12,00, “ b “ fuzzy sayısı ise 20,00 saat olarak belirlenmiştir.

**Tablo 8.** Konteyner Limanları Performans Fuzzy Üçgeni Sayıları(TFN)

$C_i$	GÖSTERGELER	BİRİM	Düşük ( a )	Orta ( m )	Yüksek ( b )
$C_1$	Gemi Geliri/Toplam Gelir	%	22,00	23,50	25,00
$C_2$	Kargo Geliri/Toplam Gelir	%	15,50	16,00	16,50
$C_3$	Gelir/Çalışan	ABD \$	170,000	200,000	220,000
$C_4$	Çalışan Maliyeti	ABD \$	22,000	34,000	38,000
$C_5$	Kadın /Toplam Çalışan	%	17,00	17,50	18,00
$C_6$	Liman Süresi	Saat	12,00	16,00	20,00
$C_7$	Konteyner Sayısı/Gemi	TEU/Gemi	7.000	8.000	9.000
$C_8$	Konteyner Gemisi Sayısı/Ay	Gemi Sayısı/Ay	26	30	32
$C_9$	ElleçlenenKonteyner /Gemi Saati	TEU/Saat	25	27	32
$C_{10}$	TEU Bekleme Günü	Gün	5	8	10
$C_{11}$	Elleçlenen Konteyner/RıhtımMetre	TEU/Metre	550	650	850
$C_{12}$	Çevre Yatırımı/ Toplam Yatırım	%	3,00	5,00	8,00

$C_3$ : Gelir/Çalışan kriteri fuzzy üçgeni ise Şekil 3’teki grafikte gösterilmiştir.



**Şekil 3.** Çalışan Başına Sağlanan Yıllık Gelir Kriteri ( $C_3$ ) Fuzzy Üçgeni

### 3.3. Karakteristik Ölçütlerin ( $CO_i$ ) Oluşturulması

COMET metodunda seçeneklerin kriterlere göre değerlerinin ölçülebilmesi için karakteristik ölçütler (CO) kullanılır.

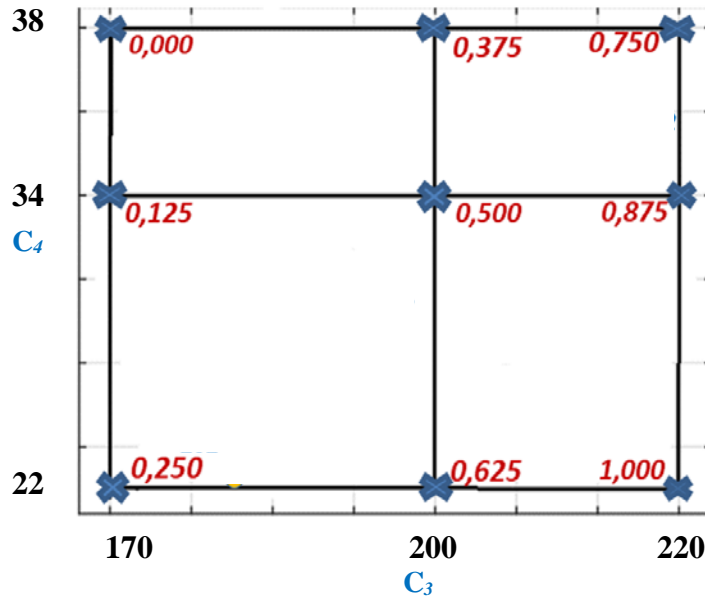
Her bir alt modeli için üretilen karakteristik ölçütlere örnek olarak Şekil 2’de yer İnsan Kaynakları alt modeli ele alınmıştır. Alt modelde girdi olarak kullanılan  $C_3$  ve  $C_4$  fuzzy üçgeni sayıları;

- $C_3$ : a= 170.000 m= 200.000 b= 220.000
- $C_4$ : a= 22.000 m= 34.000 b= 38.000

Bu sayıların eşleştirilmesi ile oluşturulan dokuz (3\*3) değişik CO çifti Tablo 9’da, çözüm alanındaki konumları ise grafiksel olarak Şekil 4’de gösterilmiştir,

**Tablo 9.** İnsan Kaynakları Performans Göstergeleri Karakteristik Ölçütleri ( $CO_i$ )

$CO_i$	$C_3$	$C_4$
$CO_1$	170	22
$CO_2$	170	34
$CO_3$	170	38
$CO_4$	200	22
$CO_5$	200	34
$CO_6$	200	38
$CO_7$	220	22
$CO_8$	220	34
$CO_9$	220	38



**Şekil 4.**  $C_3$  ve  $C_4$  Kriterlerinden Oluşturulan Karakteristik Ölçütlerin Konumlarının Grafikselleştirilmesi

✖ Karakteristik Ölçütler ( $CO_i$ )

### 3.4. Safha 3: Karakteristik Ölçütlere ( $CO_i$ ) İlişkin Uzman Değerlendirmeleri

Karakteristik ölçütler ( $CO_i$ ) belirlendikten sonra konteyner limanları konusunda bilgi birikimi ve tecrübesi olan bir uzman tarafından bu ölçütlerin karşılıklı mukayesesi yapılır. Zihinsel bir yargıya istinaden belirlenen  $\alpha_{ij}$  değerlerinden oluşan matrise “Uzman Değerlendirme Matrisi ( $MEJ$ )” ismi verilmektedir (2).



$$MEJ = \begin{pmatrix} \alpha_{11} & \alpha_{12} & \cdots & \alpha_{1t} \\ \alpha_{21} & \alpha_{22} & \cdots & \alpha_{2t} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ \alpha_{t1} & \alpha_{t2} & \cdots & \alpha_{tt} \end{pmatrix} \quad (2)$$

$MEJ$  matrisinin elemanları olan  $\alpha_{ij}$  değerlerinin hesaplanmasında  $f_{exp}$  fonksiyonu (3) kullanılır. Buna göre  $MEJ$  matrisinin  $i$  satırında yer alan  $CO_i$  karakteristik ölçütü,  $j$  sütununda yer alan  $CO_j$  karakteristik ölçütüne göre uzman tarafından daha çok tercih ediliyorsa  $\alpha_{ij}$  fonksiyon değeri 1, daha az ise 0, eşit ise 0,5 değerlerini verir.

$$\alpha_{ij} = \begin{cases} 0.0, & f_{exp}(CO_i) < f_{exp}(CO_j) \\ 0.5, & f_{exp}(CO_i) = f_{exp}(CO_j) \\ 1.0, & f_{exp}(CO_i) > f_{exp}(CO_j) \end{cases} \quad (3)$$

Uzman tarafından yapılan bu değerlendirmede karakteristik ölçütleri oluşturan kriter gruplarının aldığı değerler ile kriterlerin tipleri (maliyet veya gelir) dikkate alınır. Örneğin insan kaynakları kriterlerinden oluşturulan toplam 9 karakteristik ölçütünden biri olan  $CO_7$  ölçütü, diğer sekiz ölçüte göre daha çok tercih edileceği için  $MEJ$  matrisindeki  $CO_7$  satırındaki tüm değerler bir olarak kabul edilmiştir. Diğer bir ifade ile  $CO_7$ 'yi oluşturan kriterlerden biri olan kişi başı yıllık liman geliri kriteri ( $C_3$ ) değeri 220.000 \$' dir.  $C_3$  gelir tipi bir kriter olduğundan yüksek değerleri tercih edilmektedir, Söz konusu kriter değeri diğer karakteristik ölçütlerindeki göre en yüksek olandır, Keza,  $CO_7$ 'yi oluşturan diğer bir kriter ise maliyet tipi çalışan kişi başına düşen maliyet ( $C_4$ ) kriteridir,  $CO_7$  için bu değer 22,000 \$ olup diğer karakteristik ölçütlerindeki göre en düşük değerdir, Sonuç olarak  $CO_7$  ölçütü, diğer sekiz ölçüte göre daha çok tercih edileceği için  $MEJ$  matrisindeki değerleri  $f_{exp}$  fonksiyonuna göre 1 olacaktır.

Söz konusu yöntemin uygulanmasına örnek olarak, insan kaynakları performans kriterleri ( $C_3$ ,  $C_4$ ) karakteristik ölçütleri ( $CO_i$ ) için oluşturulan uzman değerlendirme matrisi ( $MEJ$ ) Tablo 10 olarak sunulmuştur. Tablonun sağ sütunlarında her bir karakteristik ölçütün aldığı toplam puanı gösteren  $SJ$  dikey vektörü ;

$$SJ_i = \sum_{j=1}^t \alpha_{ij} \quad (4)$$

formülü (4) ile hesaplanmaktadır.

**Tablo 10.** İnsan Kaynakları Performans Kriterleri ( $C_3, C_4$ ) Karakteristik Ölçütlerine ( $CO_i$ ) İlişkin Uzman Değerlendirme Matrisi (MEJ)

	$CO_1$	$CO_2$	$CO_3$	$CO_4$	$CO_5$	$CO_6$	$CO_7$	$CO_8$	$CO_9$	$SJ_i$	$P_2$
$CO_1$	0,5	1	1	0	0	0	0	0	0	2,5	0,250
$CO_2$	0	0,5	1	0	0	0	0	0	0	1,5	0,125
$CO_3$	0	0	0,5	0	0	0	0	0	0	0,5	0,000
$CO_4$	1	1	1	0,5	1	1	0	0	0	5,5	0,625
$CO_5$	1	1	1	0	0,5	1	0	0	0	4,5	0,500
$CO_6$	1	1	1	0	0	0,5	0	0	0	3,5	0,375
$CO_7$	1	1	1	1	1	1	0,5	1	1	8,5	1,000
$CO_8$	1	1	1	1	1	1	0	0,5	1	7,5	0,875
$CO_9$	1	1	1	1	1	1	0	0	0,5	6,5	0,750

### 3.5. Safa 4: Karakteristik Ölçütlerin Belirlenmesi

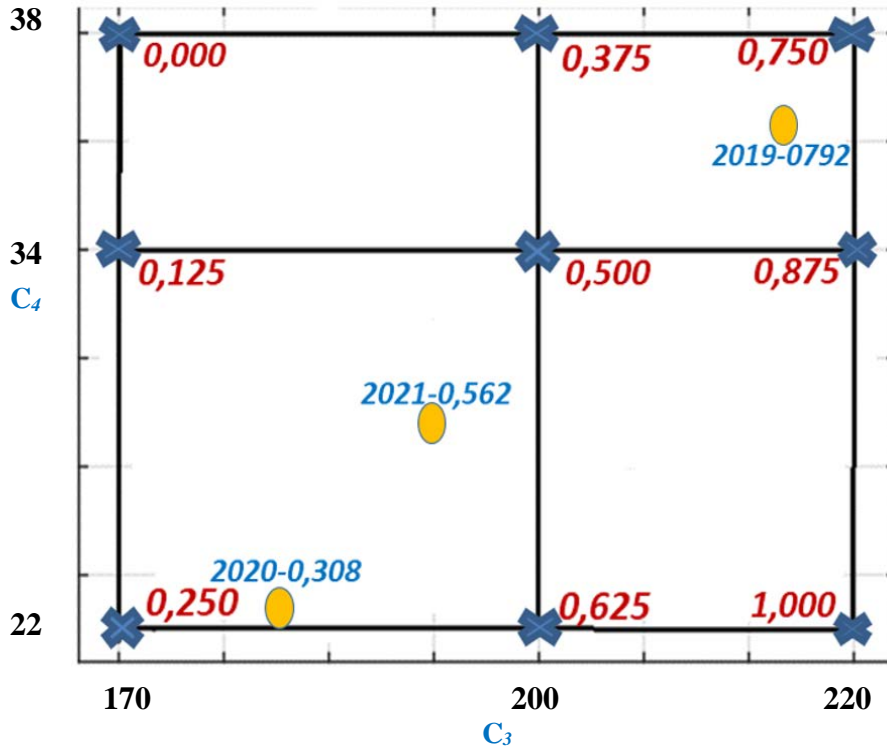
$SJ$  dikey vektöründeki toplam tercih puanlarının en yüksek değere göre normalize edilmesi neticesinde hesaplanan karakteristik ölçüt tercih edilme puanları ( $P_2$ ) Tablo 11’de yer almaktadır. Buna göre uzman değerlendirmesi neticesinde 1,00 puanı ile en çok tercih edilen karakteristik ölçüt  $CO_7$ , en az tercih edilen ise 0,00 puan ile  $CO_3$  ‘dür. Bu değerler grafiksel olarak Şekil 4’de gösterilmiştir.

**Tablo 11.** Karakteristik Ölçütlerin Tercih Edilme Puanları

$CO_i$	$C_3$	$C_4$	$P_2$
$CO_1$	170	22	0,250
$CO_2$	170	34	0,125
$CO_3$	170	38	0,000
$CO_4$	200	22	0,625
$CO_5$	200	34	0,500
$CO_6$	200	38	0,375
$CO_7$	220	22	1,000
$CO_8$	220	34	0,875
$CO_9$	220	38	0,750

### 3.6. Saha 5: Seçeneklerin Değerlendirilmesi

Karakteristik ölçütler belirlendikten sonra her bir yılın  $C_3$  ve  $C_4$  kriter değerleri ile temel ölçüt kabul edilen  $P_2$  vektöründeki değerler Şekil 5’teki grafikteki konumlarına göre değerlendirilerek bahse konu yılın İnsan Kaynakları alt modeli tercih edilme değeri hesaplanmıştır. Hesaplanan tercih edilme değerleri Tablo 12’de listelenmiştir.



Şekil 5.  $C_3$  ve  $C_4$  Kriterlerinden Oluşturulan Karakteristik Ölçütlerin ve Yıllık Değer Konumlarının Grafiksel Gösterimi

- ✕ Karakteristik Ölçütler ( $CO_i$ )
- Yıllık Konumlar ve Değerleri

Tablo 12. İnsan Kaynakları Alt Modeline Göre Yılların Tercih Edilme Değerleri

Yıllar	$C_3$	$C_4$	Tercih Edilme Değeri ( $P_2$ )
2019	199.247	33.768	0,792
2020	148.912	29.853	0,308
2021	172.397	30.181	0,562

Buna göre kriter değerleri kişi başı gelir olarak 199.247 \$, çalışan kişi başına maliyet olarak da 33.768 \$ olan Pandemi öncesi 2019 yılı insan kaynakları modeli açısından 0,792 puanla en yüksek performans gösteren dönem olmuştur.

İnsan kaynakları alt modeli için izlenen bu yöntem Şekil 2'deki diğer alt modeller için de izlenerek her alt model için performans değerleri belirlenmiştir. Nihai olarak, Tablo 13'de yer alan bu veriler kullanılarak 2019, 2020 ve 2021 yıllarına ait birleşik performans değerleri hesaplanmıştır.

**Tablo 13.** Konteyner Limanlarının COMED Modeli Yıllık Birleşik Performansları ve Sıralamaları

Yıllar	Finans Etkinliği $P_1$	İnsan Kaynakları Etkinliği $P_2$	Operasyon Etkinliği $P_5$	Kadın Çalışan $C_5$	Çevre Yatırımı $C_{12}$	Birleşik Performans	Performans Sırası
2019	0,364	0,792	0,693	17,60	7,10	0,744	1
2020	0,801	0,308	0,598	17,10	3,10	0,565	3
2021	0,725	0,562	0,703	17,80	4,60	0,680	2

Sonuçları Tablo 13’de gösterilen COMET modeli uygulaması sonucunda; Pandemi öncesi 2019 yılına ait  $C_3$ ,  $C_6$ ,  $C_8$ ,  $C_9$ ,  $C_{11}$  ve  $C_{12}$  kriter değerlerinin pandemi (2020 yılı) ve sonrası (2021 yılı) dönemlerine göre daha iyi olduğu, diğer kriter değerlerinin ise genelde ortalamanın üstünde olduğu, dolayısıyla 0,744 birleşik performans değeri ile en iyi yıl olarak derecelendirildiği görülmüştür. Yıllara ait kriterlerin göreceli sıralamasıyla, bunları girdi olarak kullanan COMET modelinin birleşik performans değerleri sıralamasının aynı olması modelin matematiksel olarak da tutarlılık gösterdiğinin kanıtı olarak kabul edilmiştir. Diğer yönden en düşük (0,565) puanı alan 2020 pandemi dönemi ise sadece iki kriterde ( $C_1$  ve  $C_2$ ) diğer yıllara göre üstünlük sağlamıştır. Kriz sonrası 2021 yılının performansının (0,680) ise Pandemi döneminde daha iyi olduğu, ancak Pandemi öncesi dönemin performans seviyesine ulaşmadığı görülmüştür.

#### 4. “Analytical Hierarchy Process (AHP)” Modeli Uygulaması

Araştırmada kullanılan çoklu karar verme yöntemlerinden ikincisi olan AHP modelinde, önceden belirlenmiş nitel ve nicel ölçüklere göre çok sayıdaki karar seçeneklerinin tercih sıralaması yapılır. Ölçütlerin birbirlerine bağlı en az üç seviyede yapılandırılması ile hiyerarşik bir yapı oluşturulur. Analitik hiyerarşinin en üst seviyesinde ise ölçütlere göre tercih sıralaması yapılacak olan karar seçenekleri yer alır. İncelememizdeki amaç küresel olarak konteyner limanlarının birleştirilmiş performanslarına göre 2019, 2020 ve 2021 yıllarını göreceli olarak sıralamaktır. Söz konusu hiyerarşik yapının ve ikili karşılaştırma matrislerinin oluşturulmasında COMET modelinde olduğu gibi limanlar konusunda uzman kişilerin görüşlerinin alınması ile subjektif değerlendirilmelerden uzak kalınmıştır. (<https://acikders.ankara.edu.tr/>).

AHP analizinde kullanılan adımlar ve hesaplamalar aşağıdadır.

##### **Adım 1: Karar seçeneklerinin ve ölçütlerin tanımlanması,**

COMET modeli için belirlenmiş olan altı değişik grup altında yer alan Tablo 6’daki 12

ölçüt AHP modelinde de esas alınmıştır. Karar seçeneklerini ise Pandemi öncesi 2019 yılı, Pandemi yılı 2020 ve sonrası olan 2021 yılı küresel ölçekteki birleşik konteyner liman performansları oluşturulmuştur.

### **Adım 2: Ölçütler arasında hiyerarşik yapının oluşturulması,**

Hiyerarşik yapının oluşturulmasında daha önce COMET modelinde kullanılan ve Şekil 2’de gösterilmiş olan hiyerarşik yapı izlenmiştir. Buna göre ilk seviyedeki temel ölçütler; Finans (P<sub>1</sub>), İnsan Kaynakları (P<sub>2</sub>), Kadın Çalışan (C<sub>5</sub>), Operasyon (P<sub>5</sub>) ve Çevresel (C<sub>12</sub>) ölçütlerdir.

İkinci seviyede ise; Finans ölçütü altında Gemi Gelirleri Yüzdesi (C<sub>1</sub>) ve Kargo Gelirleri (C<sub>2</sub>) Yüzdesi, İnsan Kaynakları ölçütü altında Çalışan Başına Gelir (C<sub>3</sub>) ve Çalışan Başına Maliyet (C<sub>4</sub>), Operasyon ölçütü altında ise Gemi Operasyonları (P<sub>3</sub>) ve Kargo Operasyonlarıdır (P<sub>4</sub>).

Üçüncü seviyede; Gemi Operasyonları ölçütü altında Liman Süresi (C<sub>6</sub>), Konteyner Sayısı/Gemi (C<sub>7</sub>) ve Konteyner Gemi Sayısı /Ay (C<sub>8</sub>), Kargo Operasyonları ölçütü altında ise Elleçlenen Konteyner/Gemi Saat (C<sub>9</sub>), TEU Bekleme Günü (C<sub>10</sub>) ve Elleçlenen Konteyner/Rıhtım Metre (C<sub>11</sub>) ölçütleri yer almaktadır.

### **Adım 3: Ölçütlerin ikili karşılaştırma matrislerinin yapılandırılması,**

Her seviyedeki ölçütün ikili olarak karşılaştırılması ile önem derecelerine bağlı olarak 1 ile 9 arasında değerler verilmesi sonucu matrisler oluşturulur. Örnek olarak birinci seviyedeki beş temel ölçütün uzmanlarca birbirlerine göre belirlenmiş önem derecelerini içeren matris Tablo 14’de gösterilmiştir. Her iki analitik değerlendirmenin sonuçlarının anlamlı olarak karşılaştırılabilmesi için COMET modelinde Tablo 10’daki Karakteristik Ölçütlerle ilgili matrisi (MEJ) oluşturan uzmanların değerlendirmesine baş vurulmuştur.

**Tablo 14.** Birinci Seviyedeki Ölçütlerin Karşılaştırma Matrisi

	Finans	İnsan Kaynakları	Kadın Çalışan	Operasyon	Çevresel
Finans	1,000	4,000	7,000	0,333	5,000
İnsan Kaynakları	0,250	1,000	4,000	0,200	2,000
Kadın Çalışan	0,143	0,250	1,000	0,125	0,333
Operasyon	3,000	5,000	8,000	1,000	7,000
Çevresel	0,200	0,500	3,000	0,143	1,000

### **Adım 4: Matrislerin normalize edilmesi,**

Matristeki değerlerin daha anlamlı hale getirilebilmesi için 0 ile 1,0 arasındaki değerlere

dönüştürülmesidir. Bu işlemin sonucu matristeki her bir sütun toplamı 1,0 olmuştur. Örnek matrisin normalize edilmiş şekli Tablo 15’dedir.

**Tablo 15.** Birinci Seviyedeki Ölçütlerin Normalize Edilmiş Karşılaştırma Matrisi

	Finans	İnsan Kaynakları	Kadın Çalışan	Operasyon	Çevresel
Finans	0,2177	0,3721	0,3043	0,1851	0,3261
İnsan Kaynakları	0,0544	0,0930	0,1739	0,1110	0,1304
Kadın Çalışan	0,0311	0,0233	0,0435	0,0694	0,0217
Operasyon	0,6532	0,4651	0,3478	0,5552	0,4565
Çevresel	0,0435	0,0465	0,1304	0,0793	0,0652
TOPLAM	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

#### **Adım 5: Kriter öncelik vektörünün oluşturulması,**

Söz konusu hiyerarşik seviyede yer alan ölçütlerin kendi aralarındaki önem derecelerini, diğer bir ifade önem derecelerini matematiksel olarak ifade eden ağırlıkları hesaplanmıştır. Normalize edilmiş değerlerin ortalaması olan bu ağırlık değerleri 0 ile 1,0 arasında olup toplamı 1,0’dır. Yüksek değerlere haiz ölçütlerin karar sürecindeki önemleri diğer ölçütlere göre daha yüksektir.

Birinci seviyedeki ölçütlerin önem derecelerinin uzmanlarca yapılan karşılaştırmalara istinaden hesaplanan öncelik vektörü aşağıdadır:

Finans	: 0,2811
İnsan Kaynakları	: 0,1126
Kadın Çalışan	: 0,0378
Operasyon	: 0,4956
Çevresel	: 0,0730

Buna göre konteyner limanlarının birleşik performanslarının hesaplanmasında en yüksek ağırlığa, diğer bir ifade ile en yüksek önem derecesine haiz kriter 0,4956 değeri ile “operasyon” kriteridir.

#### **Adım 6: Karar seçeneklerinin ölçütlere göre ağırlıklarının hesaplanması,**

İncelemedeki karar seçenekleri olan 2019, 2020 ve 2021 yılları her bir üst düzey ölçüte göre karşılıklı mukayese edilerek ağırlık puanları hesaplanmıştır. Örneğin Tablo 16’da gösterildiği gibi hiyerarşik yapıda birinci seviyede yer alan operasyon (P<sub>5</sub>) temel ölçütüne göre en yüksek performans değerini 0,224 puan ile Pandemi öncesi dönem olan 2019 yılı almıştır.

**Tablo 16.** Yıllara Göre Birinci Seviyedeki Ölçütlerin Değerleri

	Finans P <sub>1</sub>	İnsan Kaynakları P <sub>2</sub>	Kadın Çalışan C <sub>5</sub>	Operasyon P <sub>5</sub>	Çevresel C <sub>12</sub>
Öncelik Vektörü	0,2811	0,1126	0,0378	0,4956	0,0730
2019	0,080	0,048	0,012	0,224	0,044
2020	0,125	0,030	0,010	0,116	0,011
2021	0,077	0,035	0,016	0,156	0,018

### **Adım 7: Karar seçeneklerinin önem derecelerine göre sıralanması.**

Son aşamada, seçeneklerin ağırlık değerleri birinci seviyedeki temel ölçütlerin ağırlıklarıyla çarpılarak elde edilen sonuçlar toplanır. Bu toplamlar o yıla ait birleşik performans değerini gösterir. Tablo 17’deki birleşik performans sütununda gösterilen bu değerlerden en yükseğine haiz yıl konteyner limanlarına göre en yüksek performansı göstermiş dönem olarak kabul edilir.

**Tablo 17.** AHP Modeli Konteyner Limanlarının Birleşik Performansları ve Sıralamaları

Yıllar	Finans P <sub>1</sub>	İnsan Kaynakları P <sub>2</sub>	Kadın Çalışan C <sub>5</sub>	Operasyon P <sub>5</sub>	Çevresel C <sub>12</sub>	Birleşik Performans	Performans Sıralaması
2019	0,080	0,048	0,012	0,224	0,044	0,407	1
2020	0,125	0,030	0,010	0,116	0,011	0,292	3
2021	0,077	0,035	0,016	0,156	0,018	0,301	2

AHP modeli uygulaması neticesinde hesaplanan yılların bileşik performans değerlerine göre kriz dönemi olan 2020 yılı 0,292 puanla en düşük performans değerini alırken, kriz öncesi 2019 yılının performansının (0,407) üç yıl içindeki en yüksek değere sahip olduğu, 2021 Pandemi sonrası dönemde ise 0,301 puanla performansta bir iyileşme olduğu, ancak Pandemi öncesi dönemin performans seviyesine henüz ulaşmadığı görülmüştür. Ayrıca, AHP modeli dönem birleşik performans sıralamasının COMET modeli sıralamasıyla da aynı olduğu tespit edilmiştir.

## **5. Sonuç ve Öneriler**

### **5.1. Sonuçlar**

- Birleşmiş Milletler çatısı altında faaliyet gösteren UNCTAD tarafından her yıl yayımlanan “The Review of Maritime Transport” raporları içinde yer alan limanlara ait küresel ölçekteki altı ana performans ölçütü/kriteri ile bunların altında yer alan toplam 35 alt kriter,

konteyner limanlarının Pandemi, öncesi ve sonrası dönemlerine ait birleşik performansların COMET ve AHP çoklu karar verme yöntemleriyle hesaplanmasında esas alınmıştır. Toplam 35 alt kriter arasından konteyner limanları ile ilgili olanlar ile tüm limanlar için geçerliliği olan kriterlerin seçimi neticesinde analizde girdi olarak kullanılmak üzere 12 alt kriter belirlenmiştir.

- 12 kriterin girdi olarak kullanıldığı modellerde işleyişinin basitleştirilmesi amacıyla finans, insan kaynakları, gemi ve kargo operasyonları gibi alt modeller oluşturulmuştur. Her bir alt model için COMET çoklu karar verme modelinin çalıştırılması neticesinde hesaplanan çıktılar, asıl modelde girdi olarak kullanılmıştır.

- Modelin işleyişinde beş safha izlenmiştir. Yıllara ait kriter değerlerinden bağımsız olarak öncelikle uzman görüşleri de alınarak temel ölçütler hesaplanmıştır. Daha sonra kriter değerlerine göre yılların birleşik performans değerleri söz konusu temel ölçütlere göre belirlenmiştir.

- COMET modeline göre toplam 12 kriterden altısında diğer yıllara göre üstünlüğü olan Pandemi öncesi 2019 yılı en iyi birleştirilmiş performansa (0,744) sahip yıl olarak belirlenmiştir. Bunun yanında sadece iki kriterde üstünlüğü olan kriz yılı 2020 ise en düşük performans değerini (0,565) almıştır. Kriz sonrası 2021 yılının performansının (0,680) ise Pandemi döneminde daha iyi olduğu, ancak Pandemi öncesi dönemin performans seviyesine ulaşamadığı görülmüştür. Bu sonuçlar COMET modelinin işleyişindeki tutarlılığın bir göstergesi olarak kabul edilmiştir.

- İncelemede diğer bir analitik model olan AHP de küresel ölçekte konteyner limanlarının yıllara bağlı olarak birleşik performans değerlerinin hesaplanmasında kullanılmıştır. COMET ve AHP modeli sonuçlarının objektif olarak karşılaştırabilmesi için COMET’de girdi olarak kullanılan 12 kriter ve yıllık değerleri AHP modelinde de esas alınmıştır. Keza, COMET modelinde Karakteristik Ölçütlerle ilgili matrisi (MEJ) oluşturan deniz ticareti ve limanları konusundaki uzmanlar, AHP modelindeki ölçütlerin karşılaştırma matrislerini de hazırlamışlardır.

- AHP modeli uygulaması neticesinde hesaplanan yılların bileşik performans değerlerinin sıralamasının COMET modeli sıralamasıyla aynı olduğu görülmüştür. Buna göre, kriz yılı 2020 en düşük performans değerini (0,292) alırken, kriz öncesi 2019 yılının performansının (0,407) üç yıl içindeki en yüksek değere sahip olduğu, 2021 Pandemi sonrası dönemde ise performansta (0,301) bir iyileşme olduğu, ancak Pandemi öncesi dönemin performans seviyesine ulaşamadığı görülmüştür.



- Tablo 18’de de görüleceği gibi göreceli sıralamanın her iki modelde de aynı olduğu, ancak yıllara göre AHP’deki performans değerleri farkının COMET’e göre daha belirgin olduğu da izlenmiştir.

**Tablo 18.** Yıllara ve Modellere Göre Birleşik Performans Değerleri

Yıllar	COMET Modeli		AHP Modeli	
	Performans Değeri	Göreceli Sıralama	Performans Değeri	Göreceli Sıralama
Pandemi Öncesi (2019)	0,744	1	0,407	1
Pandemi (2020)	0,565	3	0,292	3
Pandemi Sonrası (2021)	0,680	2	0,301	2

-Benzer krizler süresince veya sonrasında periyodik olarak benzer çok kriterli karar verme modellerinin kullanılması ile konteyner liman performansları küresel ölçekte izlenebilecektir. Belirli zaman dilimleri için yapılacak analizler neticesinde yaratılacak farkındalıkla olumlu veya olumsuz durumlar hakkında zamanlıca bilgi sahibi olunabileceği ve gerekli önlemlerin gecikmeksizin alınabileceği değerlendirilmiştir.

## 5.2. Öneriler

- COMET modeli kapsamında karakteristik ölçütlerin (CO) karşılıklı olarak birbirlerine göre öneminin belirlenmesinde ve AHP modelinde karşılaştırma matrislerinin oluşturulmasında esas alınan uzman değerlendirmelerinin daha objektif olabilmesi için deniz ticaretinde doğrudan veya dolaylı olarak katkı sağlayan gemi işletmeciliği, liman işletmeciliği, lojistik hizmet sağlayıcıları gibi sektörlerdeki deneyim sahibi uzmanlar tarafından müşterek olarak belirlenmesinin,

- Ticari limanların değerlendirilmesi için oluşturulacak analitik modellerde girdi olarak kullanılacak verilerin zamanlıca ve standart ölçeklerde toplanmasını sağlayacak uluslararası ve ulusal bilgi işlem ağlarının oluşturulmasının,

- Küresel olarak yıllara göre limanların performansının karşılaştırmalı olarak incelenmesini yanında, belirlenecek bir limanın değişik dönemlerdeki (kriz öncesi, kriz ve sonrası gibi) performansların COMET ve AHP yöntemleriyle incelenerek dönemlerdeki birleşik performans değerlerine göre değerlendirmesinin yapılmasının,

- Söz konusu analitik yöntemlerinin lojistik sektöründeki diğer alanlarda da (havalimanı, depo yönetimi, gibi) kullanılmasının uygun olabileceği kıymetlendirilmektedir.

## Kaynakça

- Ateş, A. ve Esmer, S. (2013). DEA malmquist productivity index: the effects of 2009 global economic crisis on Turkish container terminals. II, Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi, 75-84,
- Clarkson Research Seaborn (2021).
- Esmer, S. (2019). Liman ve terminal yönetimi. *T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3840, V. İMEAK Deniz Ticaret Odası, (2022). Denizcilik Sektörü 2021 Raporu, 8.*
- LODER (2019). Lojistik terimler sözlüğü. <http://www.loder.org.tr/tr/terimler>, 15.02.2021.
- Kozlow, V., Norek, T., (2021). Towards objective multi-criteria drone evaluation based on VIKOR and COMET methods. *Procedia Computer Science*, 192 (2021) 4522-4531.
- Pieगत, A., Salabun, W., (2014). Identification of a multicriteria decision-making model using the characteristic object method. *Applied Computational Intelligence and Soft Computing*. Volume 2014, 1-14.
- Salabun, W., (2015). The charectristic object method: a new distance-based approach to multicreterea decision-making problems. *Journal of Multi-Creteria Decision Analysis*, 2014, 22, 37-50.
- Salabun, W., Karczmarczyk, A., (2018). Using the COMET method in the sustainble city transport problem: an empirical study of the electric powered cars. *Procedia Computer Science*. 126 (2018) 2248-2260.
- Salabun, W., Palzewski K., ve Watrobski, J., (2019). Multicreteria approach to sustainable transport under incomplete knowledge: electric bike case study. *Sustainability*, 2019, 11, 3314.
- Stopford, M., (2009). *Maritime economics*, 3rd Edition, Routledge Taylor&Francis Group, 561-562.
- Şişlioğlu, M., Çelik, M. ve Özkaynak, S., (2019). A simulation model proposal to improve the productivity of container terminal operations through investment alternatives. *Maritime Policy Management*, 46(2), 156-177.,  
Doi:10.1080/03088839.2018.1481544.
- Şişlioğlu, M., (2021). Liman altyapı yatırım kararlarında kullanılabilir analitik performans değerlendirme yönetimi önerisi, *International Journal of Strategic Dimensions*, 2021, Vol:1, Number 2, 143.
- UNCTAD, (2022), *The review of maritime transport 2020*, 49,82,89.
- Zadeh, L., A., (1965). Fuzzy sets, *Information and Control*, 8(3), 338-353.  
<https://unctadstat.unctad.org/CountryProfile/GeneralProfile/index.html> (23 Ocak 2023)  
<https://acikders.ankara.edu.tr/> (29 Aralık 2022)

## EVALUATION OF CHILD-FRIENDLY HOTEL: THE CASE OF SIDE DISTRICT\*

Mehmet SAĞIR<sup>1</sup>, Ayşegül GÜDÜL<sup>2</sup>

### Abstract

Today, people research the tourism business where they will stay for holiday in many ways and they prefer this business according to the features of the business and the services it provides. For this reason, tourism businesses pay more attention to different services in order to gain competitive advantage by responding to the needs and expectations of tourists in the best way. Families with children tend to tourism businesses that can meet the expectations of their children and make them satisfied more than themselves when they go on vacation. In order to be the tourism business preferred by the tourists who have such expectations, some hotels offer more and differentiated services for families and their children to receive a safe, comfortable and satisfying holiday service. These hotels are referred to as “child-friendly hotels”. In the process of making a choice, the evaluations made by the guests on different platforms regarding child-friendly hotels are of great importance for families. As a result of the evaluations, families prefer hotels that are suitable for them and their children. In this study, it is aimed to evaluate the child-friendly hotels in the Side region within the framework of the points they have received from their guests according to their criteria, to rank them according to their scores and to determine the degree of importance of the criteria. Among the child-friendly hotels in the region, the evaluations about 19 hotels on the internet were reached, but due to the deficiencies in the evaluations, 8 hotels with accurate data were selected and these hotels were analyzed with the TOPSIS method. Within the scope of the analysis, the general score, features, cleanliness, comfort, food, price balance, service, location, building and rooms criteria of the hotels were evaluated. As a result of the analysis, an evaluation ranking was made among the hotels in the region according to the guest scorings.

**Keywords:** Tourism Businesses, Family Holiday, Child Friendly Hotel, Service, TOPSIS Method

**Jel Classification:** M10, L83, Z32

## ÇOCUK DOSTU OTEL DEĞERLENDİRMESİ: SIDE BÖLGESİ ÖRNEĞİ

### Öz

Günümüzde insanlar tatil amaçlı konaklayacakları turizm işletmesini birçok yönden araştırmakta ve işletmenin sahip olduğu özelliklere ve verdiği hizmetlere göre tercih etmektedirler. Bu nedenle turizm işletmeleri, turistlerin ihtiyaç ve beklentilerine en iyi şekilde cevap vererek, rekabette üstünlük elde edebilmek için farklı hizmetlere daha fazla önem göstermektedirler. Çocuklu aileler, tatile çıkacakları zaman kendilerinden daha çok çocuklarının beklentilerini karşılayabilecek ve onların memnun olmasını sağlayabilecek turizm işletmelerine yönelmektedirler. Böyle bir beklentiye sahip olan turistler tarafından tercih edilen turizm işletmesi olabilmek için bazı oteller, ailelerin ve çocuklarının daha güvenli, konforlu ve memnun bir tatil hizmeti almaları için daha fazla ve farklılaşmış hizmetler sunmaktadır. Bu oteller “çocuk dostu oteller” olarak adlandırılmaktadır. Ailelerin tercihte bulunmaları sürecinde çocuk dostu oteller ile ilgili olarak misafirlerin farklı platformlarda yapmış olduğu değerlendirmeler büyük öneme sahiptir. Değerlendirmeler neticesinde, aileler kendilerine ve çocuklarına uygun olan otelleri tercih etmektedirler. Bu çalışmada, Side bölgesinde bulunan çocuk dostu otellerin, kriterlerine göre misafirlerinden almış oldukları puanlar çerçevesinde değerlendirilmesi, puanlarına göre sıralanması ve kriterlerin önem derecesinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bölgede yer alan çocuk dostu otellerden 19 otelin internet ortamı üzerinden değerlendirilmelerine ulaşılmış ancak değerlendirmelerde bulunan eksiklikler nedeniyle sağlıklı verilerine ulaşılmış olan 8 otel seçilerek bu oteller TOPSIS yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz kapsamında otellerin, genel puan, konum, odalar, servis, temizlik, fiyat dengesi, konfor, özellikler, bina ve yemek kriterleri değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda, bölgede bulunan oteller arasında misafir puanlamalarına göre bir değerlendirme sıralaması yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm İşletmeleri, Aile Tatili, Çocuk Dostu Otel, Hizmet, TOPSIS Yöntemi

**Jel Sınıflandırması:** M10, L83, Z32

\* Bu çalışma 1-3 Haziran 2022 tarihleri arasında düzenlenen 4. Uluslararası Aile, Gençlik ve Çocuk Dostu Turizm İşletmeciliği Kongresi'nde sunulmuş olan bildirinin genişletilmiş halidir.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, ORCID: 0000-0002-7081-5462, msagir@selcuk.edu.tr

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ORCID: 0000-0002-7217-1947, aysegulgudul@hotmail.com

## 1. Introduction

Today, every person has a different demographic structure, family structure and habits. These characteristics, which differ from person to person, affect people's needs and expectations, and this also affects travel intention and accommodation business choices. While these differences in people cause them to be seen as different types of tourists in terms of tourism, businesses also offer differentiated services to different types of tourists in order to maintain their existence and gain competitive advantage.

Families with children, considered as one of the different types of tourists and cover the majority of tourists, are accepted as a key point for the tourism sector. Families with children act according to the wishes and needs of their children rather than their own expectations in choosing accommodation businesses and prefer accommodation businesses accordingly. In order to be the accommodation business preferred by families who have such expectations, hotels that offer different and various services for children are called “child-friendly”, while these hotels try to increase the satisfaction level of families with children. It is thought that the hotels that can achieve this will be more preferred by families with children, offer a happier and more peaceful holiday and be the preferred accommodation business to be visited again.

This study aims to determine which services are effective in the tourism preferences of families with children, which service is highlighted in hotels, and how important the service types are in tourist satisfaction by collecting and analyzing the evaluations made for each service type within the framework of tourist experiences. Acting within the scope of this purpose, child-friendly hotels were evaluated within the framework of the scores they received from their customers on the internet and a ranking was made among the hotels. According to the ranking, it was then tried to determine because of which services they offer to their customers they provide satisfaction or to determine that due to the lack of which service the satisfaction level of these hotels is low.

## 2. Literature Review

In people's decision-making processes, while many features such as demographics and family structure affect the travel decision, travel preferences and expectations vary according to different features. For this reason, accommodation businesses determine what the tourist expectations are in order to gain competitive advantage and accordingly serve in different concepts in accordance with different tourist types (Emir and Pekyaman, 2010).

Families with children, considered as one of the tourist types and making up a large part of the tourists, are important for the tourism sector. While children significantly affect the decision-making process of families (Martensen and Gronholdt, 2008), the fact that children have demands and wishes for themselves (Tuna et al., 2019) affects the holiday preferences of families. Since the wishes and expectations of families with children are for their children rather than themselves, accommodation businesses must provide services for this, and “child-friendly hotels” have emerged. For an accommodation business to be considered child-friendly, it must have certain opportunities for children, such as activities, meals, and security. Accommodation businesses that can provide these opportunities are more preferred by families with children and can gain competitive advantage. The factors that have an impact on families with children and that are expected to be in child-friendly hotels are as follows (Emir and Pekyaman, 2010; Aymankuy and Ceylan, 2013; Kim and Park, 2017; Öztürk et al., 2018; Aslan et al., 2019):

- Location and easy accessibility of the hotel,
- The safety of the hotel,
- Affordable hotel price,
- Special discount for children,
- Having a family room,
- Having beds for children in the rooms,
- Presence of handrails on the stairs,
- Paying attention to cleanliness and hygiene,
- Special activities for children,
- Having children's pool and water parks,
- Children's menus,
- Good treatment of children by hotel employees.

Child-friendly hotels should have different and more diverse facilities and services for children than other hotels. Because when choosing a hotel, families with children pay attention to the criteria that will allow their children to have fun, such as activities suitable for their children, children's pool, recreation activities, children's meals. In addition to the aforementioned factors, some child-friendly hotels also provide services such as an amusement

park, sleeping room, constantly hot milk and food, kettle, baby carriage, baby tub for children, and they also have employees trained in childcare within the hotel (Aymankuy and Ceylan, 2013; Öztürk et al., 2018).

In its news titled “Top 10 Child-Friendly Hotels”, Hürriyet (2020) mentioned the services provided for children by the hotels, which it considers as the best child-friendly hotel. These services include playground, camping areas, sports activities, yoga, archery, language training, breastfeeding chair, baby carriage, diaper changing areas, baby radio, sleeping rooms, employee trained in child care, babysitter, employee who can speak to children in different languages and children's reception who make children feel like individuals and allow them to handle their work themselves, game rooms, movie theaters, pool with water slides, mini-amphitheatre where they can take the stage, mini clubs, restaurants special for children and zoos. In addition, all 10 of these hotels are free or offer some discounts for children. As it can be understood, child-friendly hotels offer special services for children in very different and wide areas to increase the satisfaction level of families with children and to be preferred again. Since the priority of the families are their children, they prefer a peaceful and fun holiday for themselves and their children by staying in child-friendly hotels instead of going to a normal hotel and thinking about how their children will spend their holidays.

Families with children have some expectations from hotels as well as employee behaviours that they do not want to encounter in hotels. These behaviours are (Özkan-Buzlu and Atç1, 2020):

- Threatening the safety and health of children,
- Humiliating children,
- Not accepting children as individuals and ignoring their rights,
- Not treating children fairly and not paying attention in their services, etc.

Since the behaviours of the employees is an important criterion in the tourists' intention to revisit (Aslan et al, 2019) and the families pay attention to the behaviours of the hotel employees towards their children, it is necessary to be careful in the selection of hotel employees in order to increase the rate of preference for child-friendly hotels.

### **3. Methodology**

#### **3.1. Purpose, Importance and Contributions of the Research**

In this study, child-friendly hotels will be evaluated within the framework of the scores they have received from their customers over the internet, the importance of the criteria will be determined, and a ranking will be made among the hotels according to the scores. With the study, it is aimed to determine the criteria that will satisfy both children and parents in child-friendly hotels, as well as to determine the importance of these criteria by families and to rank the hotels included in the study. The ranking that emerged because of the results of the study will reveal which services in child-friendly hotels can satisfy families with children. This will lead the sector managers to understand what the satisfaction criteria are and what the expectations of families are according to their importance. Since the competitiveness of every business in every sector depends on meeting customer expectations, child-friendly hotels can canalize their resources to realize their activities if they know what the expectations of families are to gain sustainable competitive advantage. Therefore, the contribution of the results of this study to both the sector and the literature is of great importance.

#### **3.2. Population and Sample of the Study**

The population of the study was determined as child-friendly hotels. The sample consists of child-friendly hotels located in the Side region Aktaş (2018) stated in his study that the number of families with children who come to Antalya for vacation is around 140,000 annually in the study of Erten-Bilgiç and Küçük (2022), 5 hotels with the highest scores among baby and child friendly hotels were examined and it was seen that 5 hotels are in Antalya, two of which are in Belek, two in Side and one in Lara. The sample was determined as Side because the province of Antalya is a holiday destination preferred by families with children and the criteria of most of the child-friendly hotels in Side among its districts have been fully met. Among the 19 child-friendly hotels whose evaluations were reached on Trivago on 19.02.2022, 8 hotels whose accurate data were obtained due to the missing criteria scores of some hotels were analysed with the TOPSIS method. The 8 hotels that constitute the sample of the study were evaluated according to their general points, features, cleanliness, comfort, food, price balance, service, location, building and room criteria.

#### **3.3. Method**

In the study, TOPSIS Method (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) was used to rank the hotels in the Side region according to some criteria. This method

is used to find the most ideal among the options with more than one criterion. While the method is applied in 6 steps, the most ideal result is reached after the implementation of these steps (Pavic and Novoselac, 2013). In the TOPSIS method, alternatives are evaluated together with criteria they own. This method helps to find the most ideal one among the alternatives with multiple criteria (García-Cascales and Lamata, 2012). The TOPSIS method is used in many areas such as environment, energy, health, personnel selection, performance evaluation, supply chain management and production (Palczewski and Salabun, 2019). In the tourism sector, it has been used in different areas related to the sector. For example, the terms financial performance (Özçelik and Kandemir, 2015; Erdoğan and Yamaltdinova, 2018; Bilici, 2019), supplier selection (Gündüz and Güler, 2015; Şimşek et al., 2015), personnel selection (Tarcan-İçigen and İpekçi-Çetin, 2017) , tour operator selection (Karaatlı et al., 2014), health and medical tourism (Ajmera, 2017; Lo and Liou, 2021; Çetin, 2022), service quality evaluation (Perçin and Bektash, 2018), destination selection (Morteza et al., 2016; Arif et al., 2019) and agro-tourism (Joshi et al., 2020), are mentioned many times in literature and it is seen that the TOPSIS method is often used in the tourism sector. As for the hotel selection, which is the subject of this study (Öztel et al., 2018; Kwok & Lau, 2019; Driver et al., 2020; Çelik and Aydoğan, 2021; Aydın-Taştekin et al., 2022), studies have been found in the literature.

**Step 1:** Creating the decision matrix with options and criteria.

$$D = \begin{bmatrix} x_{11} & \cdots & x_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix}$$

**Step 2:** After creating the decision matrix, creating the normalized decision matrix with the formula given below.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{m=1}^n x_{mj}^2}}$$

( $x_{ij}$ : 1,2, ..., n; number of criteria  $j$ : 1,2, ..., m; number of alternatives)

**Step 3:** Creating a weighted normalized decision matrix by multiplying the values in the normalized decision matrix created in Step 2 with the specified criterion weights.

$$A^+ \left\{ \left( \begin{matrix} max \\ i \end{matrix} v_{ij} \mid j \in J \right), \left( \begin{matrix} min \\ i \end{matrix} v_{ij} \mid j \in J' \right) \right\}$$



$$A^- \left\{ \left( \begin{matrix} \min v_{ij} \\ i \end{matrix} \mid j \in J \right), \quad \left\{ \left( \begin{matrix} \max v_{ij} \\ i \end{matrix} \mid j \in J' \right) \right\} \right\}$$

**Step 4:** Finding positive (best) and negative ideal (worst) solutions with the formula given below according to the weighted normalized decision matrix.

$$S_J^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2} \qquad S_J^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2}$$

**Step 5:** Finding the distance to the positive and negative ideal solutions found in Step 4 with the formula given below.

$$C_i^* = \frac{S_J^-}{S_i^- + S_i^*} \qquad 0 \leq C_i^* \leq 1$$

**Step 6:** Calculating the relative closeness of the options to the ideal solution and ranking them.

The criteria determined for the study are general score (GS), features (FT), cleanliness (C), comfort (CF), food (F), price balance (PB), service (S), location (L), building (B) and rooms (R). The study criteria were decided in the light of the features that child-friendly hotels should have in the literature. The overall score is the rating for all the services provided by the child-friendly hotels during the stay. Features include the services that the hotel provides for its customers (kids pool, animation, etc.). Cleaning was added to the criteria because families with children give importance to cleanliness and hygiene. The food was added to the criteria because families care about dishes whose taste their children like and the hours when food can be served. While the price balance is related to the balance between the service provided by the child-friendly hotel and the price paid, the price is an important factor in the travel preferences of families with children. Since service is related to hotel employees, it can also be considered as an employee-related criterion. Location is an important criterion for families with children in terms of easy transportation with children. Buildings and rooms, on the other hand, were added because families give importance to factors such as the safety of the buildings for children and the presence of children's beds in the rooms. The 8 hotels constituting the sample of the study were coded as CFH1, CFH2, CFH3, CFH4, CFH5, CFH6, CFH7, CFH8.

### 3.4. Findings

In order to be used in the method, the criteria weights determined by tourism academics under the leadership of a study in the literature (Çaylak, 2019) are given in Table 1.

**Table 1.** Criterion Weights

GS	FT	C	CF	F	PB	S	L	B	R
0,25	0,15	0,10	0,10	0,10	0,10	0,05	0,05	0,05	0,05

The decision matrix created within the framework of the criteria evaluated by customers on Trivago is given in Table 2.

**Table 2.** Decision Matrix

Child-Friendly Hotels	GS	FT	C	CF	F	PB	S	L	B	R
CFH1	8,4	8	8,4	8	8,3	8	8,3	8,4	8	8,2
CFH2	8,8	8,1	8,7	8,1	8,7	8,4	8,5	8,3	8,1	7,7
CFH3	9,3	8,2	8,2	8,8	9	8,7	8,9	8,7	8,2	9
CFH4	9,4	8,3	8,9	8,2	8,8	8,8	8,6	8,8	8,3	8,1
CFH5	9	7,3	8,8	8,7	8,6	8,7	8,9	8,7	7,3	8,7
CFH6	8,7	7,8	8,4	7,5	8,3	7,9	8,3	8,3	7,8	8,1
CFH7	9,1	7,8	8,2	7,5	8	7,6	8	8,5	7,8	8,3
CFH8	8,3	8,2	8,6	8,1	8,9	8,7	8,7	8,6	8,2	8,5

After the decision matrix creation stage, the normalized decision matrix was created by applying the formula shown in Step 2. The normalized decision matrix is given in Table 3.

**Table 3.** Normalized Decision Matrix

Child-Friendly Hotels	GS	FT	C	CF	F	PB	S	L	B	R
CFH1	0,33434	0,35496	0,34313	0,34813	0,34197	0,33829	0,34402	0,34778	0,34123	0,34789
CFH2	0,35026	0,3594	0,35538	0,35248	0,35845	0,35521	0,35231	0,34364	0,35009	0,32668
CFH3	0,37016	0,36383	0,37581	0,38294	0,37081	0,36789	0,36889	0,3602	0,36339	0,38183
CFH4	0,37414	0,36827	0,36355	0,35683	0,36257	0,37212	0,35645	0,36434	0,36339	0,34365
CFH5	0,35822	0,3239	0,35947	0,37859	0,35433	0,36789	0,36889	0,3602	0,35452	0,3691
CFH6	0,34628	0,34609	0,34313	0,32637	0,34197	0,33406	0,34402	0,34364	0,34123	0,34365
CFH7	0,3622	0,34609	0,33496	0,32637	0,32961	0,32138	0,33158	0,35192	0,34566	0,35213
CFH8	0,33035	0,36383	0,3513	0,35248	0,36669	0,36789	0,3606	0,35606	0,36782	0,36062

The weighted normalized decision matrix created by multiplying the normalized decision matrix with the criterion weights is given in Table 4.

**Table 4.** Weighted Normalized Decision Matrix

Child-Friendly Hotels	GS	FT	C	CF	F	PB	S	L	B	R
CFH1	0,08358	0,05324	0,03431	0,03481	0,03420	0,03383	0,0172	0,01739	0,01706	0,01739

<b>CFH2</b>	0,08756	0,05391	0,03554	0,03525	0,03585	0,03552	0,01762	0,01718	0,01750	0,01633
<b>CFH3</b>	0,09254	0,05458	0,03758	0,03829	0,03708	0,03679	0,01844	0,01801	0,01817	0,01909
<b>CFH4</b>	0,09353	0,05524	0,03636	0,03568	0,03626	0,03721	0,01782	0,01822	0,01817	0,01718
<b>CFH5</b>	0,08955	0,04859	0,03595	0,03786	0,03543	0,03679	0,01844	0,01801	0,01773	0,01846
<b>CFH6</b>	0,08657	0,05191	0,03431	0,03264	0,03420	0,03341	0,01720	0,01718	0,01706	0,01718
<b>CFH7</b>	0,09055	0,05191	0,03350	0,03264	0,03296	0,03214	0,01658	0,01760	0,01728	0,01761
<b>CFH8</b>	0,08259	0,05458	0,03513	0,03525	0,03667	0,03679	0,01803	0,01780	0,01839	0,01803

The positive and negative solutions according to the criteria found by applying the formula shown in Step 4 are given in Table 5.

**Table 5.** Determine the Positive Ideal and Negative Ideal Solution

	<b>GS</b>	<b>FT</b>	<b>C</b>	<b>CF</b>	<b>F</b>	<b>PB</b>	<b>S</b>	<b>L</b>	<b>B</b>	<b>R</b>
<b>Positive (A<sup>+</sup>)</b>	0,09353	0,05524	0,03758	0,03829	0,03708	0,03721	0,01844	0,01822	0,01839	0,01909
<b>Negative (A<sup>-</sup>)</b>	0,08259	0,04859	0,0335	0,03264	0,03296	0,03214	0,01658	0,01718	0,01706	0,01633

With the formula shown in Step 5, the separation measures for the distance to the positive and negative ideal solutions are given in Table 6.

**Table 6.** Separation Measures

	<b>S<sup>+</sup></b>	<b>S<sup>-</sup></b>
<b>CFH1</b>	0,01235	0,00583
<b>CFH2</b>	0,00799	0,00923
<b>CFH3</b>	0,00131	0,01534
<b>CFH4</b>	0,00362	0,01492
<b>CFH5</b>	0,00817	0,01089
<b>CFH6</b>	0,00817	0,00564
<b>CFH7</b>	0,01089	0,00873
<b>CFH8</b>	0,01172	0,00937

The calculation of the relative closeness of the options to the ideal solution is given in Table 7.

**Table 7.** Relative Closeness to the Ideal Solution

<b>Hotel</b>	<b>Result</b>
CFH1	0,32091
CFH2	0,53583
CFH3	0,92156
CFH4	0,80495
CFH5	0,57135
CFH6	0,40841
CFH7	0,44496
CFH8	0,44443

The ranking of child-friendly hotels, whose relative closeness to the ideal solution has been calculated, is given in Table 8.

**Table 8.** Hotel Ranking

Place	Hotel	Result
1	CFH3	0,92156
2	CFH 4	0,80495
3	CFH 5	0,57135
4	CFH 2	0,53583
5	CFH 7	0,44496
6	CFH 8	0,44443
7	CFH 6	0,40841
8	CFH 1	0,32091

CFH3 was chosen as the most ideal hotel among the 8 hotels analysed with the TOPSIS method. When the decision matrix given in Table 2 is examined, it is seen that all criteria scores of this hotel are higher than other hotels. Special services offered by the hotel for children are playground, animation, children's club, indoor heated children's pool and babysitter. From the comments made by the customers about the hotel, it is understood that the customer satisfaction about the food, cleaning, pool and staff is at a high level.

The services offered by CFH4, which ranks second, are indoor children's pool, mini club, buffet for children and trained staff in childcare. From the comments made by the customers about the hotel, it is understood that the customer satisfaction about the food taste, food variety, location, cleanliness, hygiene, children's activities, and hotel services is at a high level.

The services offered by CFH5, which ranks third, are mini club, mini disco, cinema, animation, playground, and babysitter. From the comments made by the customers about the hotel, it is understood that the customer satisfaction about the food taste, food variety, service and sea is at a high level.

The services offered to children by CFH2, which ranks fourth, are baby buffet, 24-hour ice cream service, mini beach, water slides special for children, diaper changing and breastfeeding area, baby carriage, children's club, children's pool with awning, playground, and animation. From the comments made by the customers about the hotel, it is understood that the customer satisfaction about the cleanliness, location, staff and water park is at a high level, while the customers are not satisfied with the food.

The services offered to children by CFH7, which ranks fifth, are children's buffet, children's slide, indoor and outdoor children's pool, children's club and mini disco. From the comments made by the customers about the hotel, it is understood that the customer satisfaction about the water park, food, staff, cleanliness, and location is at a high level, while the customers are not satisfied with the security measures in the children's areas.

The services offered to children by CFH8, which ranks sixth, are indoor and outdoor children's pool, children's buffet, playground, animation, water slides, children's club, babysitter, baby carriage, funfair, zoo, sports activities, dance course and mini club. From the comments made by the customers about the hotel, it is understood that the customer satisfaction about the staff, cleanliness and location is at a high level, while the customers are not satisfied with the service, food taste, variety of food and the hygiene of the pool.

The services offered to children by CFH6, which ranks seventh, are mini club, animation, mini disco, playground, highchair, children's pool and water slide. From the comments made by the customers about the hotel, it is understood that the customer satisfaction about the cleanliness, comfort and staff is at a high level, while the customers are not satisfied with the high price of the hotel, the taste of the food and the short mealtimes.

The services offered to children by CFH1, which ranks eighth, are mini club, animation, children's pool, baby carriage, bottle warmer, microwave and children's buffet. From the comments made by the customers about the hotel, it is understood that the customer satisfaction about the staff, location and activities is at a high level, while the customers are not satisfied with the food taste, variety of food, cleanliness and hygiene.

#### **4. Conclusion**

As a result of the literature review, it was determined that families with children pay attention to the factors that there should be a safe environment, suitable meals for children, entertainment areas and recreational activities, and that the behaviours of the hotel staff should be polite towards their children, they should accept the children (serving the child etc.) as individuals and the hotel price should be appropriate when choosing a hotel. Considering the results of the ranking made among child-friendly hotels in accordance with this information in the literature, it was seen that the hotel, which was in the first place (CFH3), did not have any customer complaints when the comments made by the customers were read. In fact, although there are hotels that offer more services than CFH3 among the hotels in the ranking, it was

observed that they cannot achieve as much satisfaction as CFH3. It is thought that the reason why the level of satisfaction is not proportional to the number of services provided may be related to the service quality.

It is seen that the hotels in the first place generally get high scores from each criterion and according to the comments, their satisfaction level is high in almost all the criteria. It is seen that the hotels in the last place cannot provide customer satisfaction in terms of food. The importance of food and beverage service for families is due to the fact that today's children are picky about eating and their food cultures have changed since they eat certain types of food more, and families prefer an environment where children can have a meal without any trouble to have a comfortable holiday. Therefore, it can be said that food and beverage service criteria such as a restaurant section specially designed for children, food and beverages in a variety and shape that will appeal to children, etc. are important for families with children.

Children's playground, mini club and trained and caring personnel are among the important evaluation criteria for families. In addition, the presence of children's pools and water parks suitable for children play an important role in the evaluation of hotels by families. However, Emir & Pekiyan (2010: 177) state that some features such as safety measures in children's pool and playgrounds are also taken into account by families with children.

In the evaluation of child-friendly hotels, the importance of cleanliness also came to the fore in the comments made regardless of the service unit. Whether it is related to usage areas (private or general), food and beverage areas or areas designed for children (pool, playground, mini club), cleanliness has an important place in the evaluation of families. In particular, the reason for the low evaluation scores of the hotels, which are in the last place in the evaluation within the scope of the study, is that they could not provide satisfaction in terms of cleaning. Therefore, it was determined that the hotels, which are in the last place in cleaning, could not provide satisfaction.

To achieve sustainable competitive advantage, hotels should adopt guest satisfaction as their first goal. In order for this to happen, they must first identify the characteristics of the tourist groups they serve and learn about their expectations and needs. The main goal of the child-friendly hotels considered within the scope of the study should be to maximize the satisfaction level of these families (with children) with the services they provide. In order to do this, they must first determine the strategies regarding which types of services should be provided and how these services should be provided.

The study was carried out in Side, a small holiday town in Antalya Province of the Mediterranean Region. In future studies, the inclusion of more child-friendly hotels in a wider region and more child-friendly hotels (with the condition of not missing criteria points) will provide serious information to both the literature and the sector.

## References

- Ajmera, P. (2017). Ranking the Strategies for Indian Medical Tourism Sector Through the Integration of SWOT Analysis and TOPSIS Method. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 30(8), 668-679.
- Aktaş, A. (2018). Antalya Bölgesi Otellerine Gelen Turistlerin Çocuk Yaş Grupları ve Hizmet Beklentileri. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (1), 55-61.
- Arif, Y. M., Nugroho, S. M. S. ve Hariadi, M. (2019). Selection of Tourism Destinations Priority Using 6AsTD Framework and TOPSIS. *In Proceedings of the 2019 International Seminar on Research Information Technology and Intelligent Systems (ISRITI)*, (ss. 346-351), Aralık. Yogyakarta, Endonezya.
- Aslan, S., Tosun, N. ve Arslan-Kurtuluş, S. (2019). Çocuk Dostu Oteller İle İlgili Şikâyetlere Yönelik Bir İçerik Analizi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 7(2), 451-475.
- Aydın-Taştekin, A. U., Güdül, A., Özkan, A. ve Aydın-Özkan, I. (2022). Edebiyat Temalı Oteller: Topsis İncelemesi. *TOBİDER*, 6(3), 182-196.
- Aymankuy, Y. ve Ceylan, U. (2013). Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde Çocukların Rolü (Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (45), 105-122.
- Bilici, N. (2019). Turizm Sektörünün Finansal Performansının Oran Analizi ve TOPSIS Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 173-194.
- Çaylak, M. (2019). Topsis Yöntemi İle En Uygun Otel Seçimi. *Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 65-76.
- Çelik, K. ve Aydoğan, H. (2021). TOPSIS Tabanlı Karar Verme Yaklaşımı: İstanbul'da Bir Uygulama. *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi*, 3(2), 158-174.
- Çetin, O. (2022). Türkiye'nin Sağlık Turizmi Performansının TOPSIS Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Vei Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(4), 638-655.
- Emir, O. ve Pekyaman, A. (2010). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmesi Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyonkarahisar'da Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 159-181.
- Erdoğan, M. ve Yamaltdinova, A. (2018). Borsa İstanbul'a Kayıtlı Turizm Şirketlerinin 2011-2015 Dönemi Finansal Performanslarının TOPSIS ile Analizi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 19-36.
- Erten-Bilgiç, D. ve Küçük, E. (2022). 0-6 Yaş Grubu Çocuk Kullanıcılar İçin Otel Odası Tasarımı. *International Journal of Humanities and Art Researches*, 7(1), 35-52.
- García-Cascales, M. S. ve Lamata, M. T. (2012). On Rank Reversal and TOPSIS Method. *Mathematical and Computer Modelling*, (56), 123-132.
- Gündüz, H. ve Güler, M. E. (2015). Termal Turizm İşletmelerinde Çok Ölçütlü Karar Verme Teknikleri Kullanılarak Uygun Tedarikçinin Seçilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(1), 203-222.
- Hürriyet, <https://www.hurriyet.com.tr/aile/cocuk-dostu-en-iyi-10-otel-419192> Date Accessed: 25.03.2022.

- Joshi, S., Sharma, M. ve Singh, R. K. (2020). Performance Evaluation of Agro-Tourism Clusters Using AHP-TOPSIS. *Journal of Operations and Strategic Planning*, 3(1), 7-30.
- Karaatlı, M., Ömürbek, N., Aksoy, E. ve Karakuzu, H. (2014). Turizm İşletmeleri için AHP Temelli Bulanık TOPSIS Yöntemi ile Tur Operatörü Seçimi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 53-70.
- Kim, D. ve Park, B. J. R. (2017). The Moderating Role of Context in the Effects of Choice Attributes on Hotel Choice: A Discrete Choice Experiment. *Tourism Management*, (63), 439-451.
- Kwok, P. K. ve Lau, H. Y. K. (2019). Hotel Selection Using A Modified TOPSIS-Based Decision Support Algorithm, *Decision Support Systems*, (120), 95-105.
- Lo, H. ve Liou, J. J. H. (2021). Comments on “Factors Influencing Medical Tourism Adoption in Malaysia: A DEMATAL-Fuzzy TOPSIS Approach. *Computers & Industrial Engineering*, (157), 1-2.
- Martensen, A. ve Gronholdt, L. (2008). Children’s Influence on Family Decision Making. *Innovative Marketing*, (4), 14-22.
- Morteza, Z., Reza, F. M., Seddiq, M. M., Sharareh, P. ve Jamal, G. (2016). Selection of the Optimal Tourism Site using the ANP and fuzzy TOPSIS in the Framework of Integrated Coastal Zone Management: A Case of Qeshm Island. *Ocean & Coastal Management*, (130), 179-187.
- Özçelik, H. ve Kandemir, B. (2015). BIST’de İşlem Gören Turizm İşletmelerinin TOPSIS Yöntemi ile Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33), 97-114.
- Özkan-Buzlu, M. ve Atçı, D. (2020). Turizm Çalışanlarının Çocuk Dostu Olmayan Davranışları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3341-3357.
- Öztel, A., Karakaş, A. ve Aslan, A. (2018). Green Star Hotel Selection With Fuzzy TOPSIS Method: Case of İstanbul. Ramazan Dorczak, Hasan Arslan ve Rafat Musialik (Edited by.), *Recent Researches on Social Sciences* (ss.473-485). Krakow: Jagiellonian University.
- Öztürk, İ., Atasoy, F. ve Arıkan, V. (2018). Antalya’daki Çocuk Dostu Niteliğindeki Otellerin Çocuklu Ailelere Sunduğu Rekreasyon Faaliyetleri ve İmkanlarına Yönelik Bir Değerlendirme. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (2), 7-13.
- Palczewski, K. ve Salabun, W. (2019) The Fuzzy TOPSIS Applications in the Last Decade. *Procedia Computer Science*, (159), 2294-2303.
- Pavic, Z. ve Novoselac, V. (2013). Notes on TOPSIS Method. *International Journal of Research in Engineering and Science (IJRES)*, 1(2), 5-12.
- Perçin, S. ve Bektash, E. (2018). Turizm Şirketlerinin Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği. *Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi*, 2(1), 1-23.
- Şimşek, A., Çatır, O. ve Ömürbek, N. (2015). TOPSIS ve MOORA Yöntemleri ile Tedarikçi Seçimi: Turizm Sektöründe Bir Uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(33), 133-161.
- Sürücü, Ç., Öztel, A. ve Yavuz, H. (2020). Bulanık TOPSIS Yöntemi ile Termal Otel Seçimi: Afyonkarahisar Örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(21), 22-38.
- Tarcan-İçigen, E. ve İpekçi-Çetin, E. (2017). AHP Temelli TOPSIS Yöntemi ile Konaklama İşletmelerinde Personel Seçimi. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 179-187.
- Trivago, <https://www.trivago.com.tr/tr> Date Accessed: 19.02.2022.
- Tuna, M., Özyurt, B. ve Kurt, A. (2019). Çocuk Dostu Oteller: Kavramsal Bir İnceleme. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (3), 63-76.



# GIDA PERAKENDECİLİĞİNDE FİJİTAL PAZARLAMA UYGULAMALARI KULLANIM İSTEĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: AMAZON GO ÖRNEĞİ

Aslıhan BEKAROĞLU ÖZATAR<sup>1</sup>

Öz

Fijital kavramı, fiziksel ve dijital kavramlarının birleşimi olup, fiziksel ortam ve somut nesnelere ile çevrimiçi ortam ve teknoloji odaklı müşteri deneyimi kapsayan bir kavramdır. Fijital pazarlama ise müşterilerin markalar ile fiziksel ve çevrimiçi alanlardaki deneyimini bir araya getirerek müşteriye fayda sağlamayı hedeflemektedir. Müşterilerin dijital deneyimlerini iyileştirmede yapay zekâ teknolojilerinin önemli bir rol oynadığı bilinmektedir. Özellikle perakende sektöründeki dijital uygulamaların artmış olmasına rağmen hangi faktörlerin müşteri deneyimini etkileyebileceği yeteri kadar anlaşılabilmiştir. Müşterilerin söz konusu yapay zekâ teknolojilerini kullanma niyetine etki eden birçok unsur bulunmaktadır. Bu çalışmada Teknoloji Kabul Modeli boyutlarından Algılanan Fayda ve Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Algılanan Güven, Teknolojik Yenilikçilik ve Teknoloji Kaygısı değişkenleri arasındaki ilişki Amazon Go örneği üzerinden araştırılmıştır. Araştırmanın örnek kütlesi 18 yaşından büyük toplam 157 kişiden oluşmaktadır. Veriler, kapalı uçlu sorulardan oluşan bir çevrimiçi araştırma formu ile toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS yazılımı kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yapay zekâ teknolojilerini kullanmaya yönelik, teknoloji kabul modeli alt boyutları olan algılanan fayda, algılanan güven ve teknolojik yenilikçiliğin tüketicilerin dijital pazarlama uygulamaları kullanım niyeti üzerinde pozitif bir etkisi olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Fijital Pazarlama, Pazarlama, Teknoloji Kabul Modeli  
**Jel Sınıflandırması:** M10, M30, M31

## A RESEARCH ON INTENTION TO USE PHYGITAL MARKETING APPLICATIONS IN FOOD RETAIL INDUSTRY: AMAZON GO CASE

Abstract

The concept of phygital is a combination of physical and digital concepts and covers physical environment and tangible objects, online environment and technology-oriented customer experience. Phygital marketing, on the other hand, aims to offer benefits to the customer by bringing together the experiences of the customers in the physical and online areas with the brands. Artificial intelligence technologies are known to play an important role in improving customers' phygital experiences. Although phygital applications have increased, especially in the retail sector, it has not been sufficiently understood which factors might affect the customer experience. There are many factors that affect customers' intention to use these artificial intelligence technologies. In this study, the relationship between the Perceived Benefit and Perceived Ease of Use and Perceived Trust, Technological Innovation and Technology Anxiety variables, which are among the dimensions of Technology Acceptance Model, were investigated through the Amazon Go example. The sample population of the study consists of a total of 157 people over the age of 18. Data were collected with an online research form consisting of closed-ended questions. SPSS software was used in the analysis of the data. According to the results of the analysis, it has been seen that the perceived usefulness, perceived trust and technological innovation, which are the sub-dimensions of the technology acceptance model, have a positive effect on the consumers' intention to use phygital marketing technologies.

**Keywords:** Phygital Marketing, Marketing, Technology Acceptance Model  
**Gel Classification:** M10, M30, M31

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, [aslihanbekarogluozatar@beykoz.edu.tr](mailto:aslihanbekarogluozatar@beykoz.edu.tr), ORCID: 0000-0002-5502-227X

## 1. Giriş

Farklı tüketim kültürlerinin şekillendirdiği ve yeni yeni ortaya çıkan ihtiyaçlar, yalnızca işlevsel ihtiyaçlarını karşılamak için mal satın almak yerine, hayatlarında duygusal deneyimler arayan yeni bir tüketici profilini ortaya çıkartmıştır. Bu durum işletmelerin, çekici ürün ve hizmetler yaratmanın araçlarını değiştirmesine neden olmuştur (Batat, 2019). Bu nedenle, güçlü ve kalıcı bir rekabet avantajı yaratmak için bir şirket, tüketicilerin somut ve işlevsel ihtiyaçlarını karşılama fikrinin ötesine geçmelidir (Schmitt, 2019). Tüketicilerin algılarını ve deneyimsel, sembolik, hedonik, ideolojik, öznel ve duygusal ihtiyaçlarını bir teklifte birleştirmek hayati önem taşımaktadır (Batat, 2019).

Tüketiciler, ürünün veya hizmetin sunulduğu yere giderek daha fazla deneyim satın almaktadır (Jaworski, 2018). Tüketiciler, konserlere katılmak veya konsept mağazalardan alışveriş yapmak gibi fiziksel deneyimlerin yanı sıra video oyunları oynamak, internette gezinmek veya sanal gerçeklik uygulamalarını denemek gibi dijital deneyimlerden de keyif almaktadırlar (Drell, 2022). Günümüzde her iki dünyanın özelliklerini birleştiren yeni bir hibrit tüketim deneyimleri seti, 'fijital' (fiziksel ve dijital) kavramı ortaya çıkmıştır (Batat, 2019). Bu nedenle, fiziksel müşteri deneyimleri yaratmak, günümüzde pazarlama uzmanları ve işletmeler için en önemli öncelik haline gelmiştir.

Fijital terimi ilk defa ("fiziksel" ve "dijital" kelimelerinin birleşimi) 2007'de Avusturalya menşeli Momentum Worldwide reklam ajansı CEO'su Chris Weil tarafından, fiziksel ve dijital dünyalar arasındaki ayrılmaz bağlantıları tanımlamak için kullanılmıştır. Daha sonrasında Momentum reklam ajansı Fijital teriminin telif hakkını 2013 yılında alarak, kendi mottosu haline getirmiştir (Vergine, Brivio, Fabbri, & Gaggioli, 2019).

Fijital pazarlama daha tatmin edici bir müşteri deneyimi yaratmak için her bir alanın en iyi bölümlerini alarak, çevrimiçi ve çevrimdışı ortamların birleştirilmesi olarak tanımlanır. Tüketiciler, bir mobil cihazın aracılığı ile eğlenceli, eğitici ve markayla bağlantılı pazarlama hikayelerine erişebilir. Fiziksel pazarlamanın ilk uygulamalarından biri; QR kodlarını, barkodları veya görüntü tanımayı içeren 'Bağlantılı Ambalaj'dır. Bu tür ambalaj tasarımı, tüketicileri bir mobil cihaz aracılığıyla erişilen tarayıcı tabanlı bir uygulama aracılığıyla ilgili içeriğe bağlar. Tüketicinin, ürünün üzerindeki QR kodu mobil cihaza okutarak söz konusu firmanın web sayfasına yönelmesi bu örneklerden biridir. Fijital pazarlama teknolojisi, artırılmış gerçekliği (AR) de içerir. Ikea, kendi uygulaması üzerinden, bir kullanıcının istediği bir alanın mobil görünümüne, bir üç boyutlu nesne ekleyebilmesi için artırılmış gerçeklik

teknolojisini kullanır. Bu teknoloji, insanların mobilyaları satın almadan önce evlerinde nasıl görüneceğini görmelerine olanak tanır.

Markalar, yapay zeka (AI), sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi teknolojileri kullanarak değişen tüketici istek ve beklentilerine daha hızlı yanıt verebilir hale gelmektedir.

1994 yılında, Toyota QR sistemi olarak adlandırılan, hızlı yanıt sistemini oluşturmuştur. Kameralı mobil cihazların hızla yaygınlaşmasıyla birlikte, QR kod sistemi hemen hemen tüm işletmeler ve bireyler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. QR kodu, özel olarak düzenlenmiş küçük siyah ve beyaz karelerden oluşan iki boyutlu bir koddur. QR kodları günümüzde pazarlama alanında kullanıldığı gibi dijital uygulamalarda da çok yönlü kullanılmaktadır.

Yapay zeka (AI), toplumu, yaşamı, firmaları ve istihdamı tüm yönleriyle önemli ölçüde değiştirecek devrim niteliğinde bir teknoloji olarak kabul edilmektedir (Makridakis, 2017). Yapay zeka, yalnızca önceden programlanmış kararları uygulayabilen basit bir mekanik cihaz değil, öğrenmeyi öğrenebilen bir sistem ile ilgilidir. Dolayısıyla yapay zekâ, bir sistemin yeteneği olarak tanımlanır (Haenlein & Kaplan, 2019). Somut olarak bu yetenek, sürekli değişen bir ortamda, sürekli veri toplamaya dayalı olarak, insan zekasını özellikle öğrenme ve problem çözme gibi bilişsel süreçleri içeren, simüle etme yeteneklerini ifade eder (Humerick, 2018).

Yapay zekâ teknolojileri, e-ticaret endüstrisini ve müşterilerin memnuniyetini büyük ölçüde etkilemektedir. Teknolojinin hayatımızın her alanına büyük ölçüde nüfuz etmesiyle birlikte insanlar daha anlamlı deneyimler beklemektedir. Yapay zekâ teknolojileri, müşteriler için marka güveni ve müşteri memnuniyeti oluşturmaya yardımcı olan, olumlu deneyimler sunma yeteneğine sahiptir. Akıllı cep telefonları, dizüstü bilgisayarımızı veya Alexa ya da Siri gibi sesli yardımcılar da deneyimin iyileşmesine hizmet etmektedir (Radhika & Pratika , 2022).

## **2. Dijital Pazarlama ve Perakendecilik**

Teknoloji alanındaki gelişmeler, perakendecilerin de iş yapma şekillerini oldukça önemli düzeyde etkilemiştir. Teknoloji alanındaki uygulamaların kullanımı, perakendecilerin rakiplerinden farklılaşmasına ve temel ve yardımcı fonksiyonlarında optimizasyon sağlamlarına imkân tanımaktadır. Müşteri memnuniyetini arttırmak, verimliliği, etkinliği arttırmak ve maliyetleri azaltmak amacıyla perakendeciler teknoloji alanındaki uygulamaları kullanmaktadır. Jet kasa ile kendi kendine ödeme (self-service checkout), kasasız alışveriş (cashier-free) uygulamaları söz konusu teknolojik gelişmelere örnek verilebilir.

Genel olarak self servis teknolojileri (Self Service Technologies-SST) olarak adlandırılan bu uygulamalar, SST'ler, servis sağlayıcının çalışanlarıyla doğrudan temas kurmadan teknolojiyi kullanarak tüketicilere hizmet sağlayan teknolojik ara yüzlerdir. Self servis teknolojiler, müşteriler açısından bekleme zamanının azalmasına, firma açısından da maliyet avantajı elde edilmesine olanak tanır. Müşterilerin bu teknolojiye faydalanmaları, zamandan tasarrufu, erişim kolaylığı, hizmetin kişiselleştirilmesi, bekleme zamanının kısalması gibi avantajlar sunmaktadır. Bu faydaların oluşabilmesi için tüketicilerin SST'leri kullanmaları gerekmektedir (Yoon & Choi, 2020).

Bununla birlikte 1990'lı yıllarda başlayan dijitalleşme süreci ile birlikte tüketicilerin davranış ve beklentilerinde de değişim yaşanmıştır. Dijitalleşme ile birlikte dijitalleşme kavramı da ortaya çıkmıştır. Dijital tüketim deneyimi görece yeni bir kavramdır ve ortaya çıkan dijital teknolojileri kullanmaktadır. Dijital pazarlama, fiziksel ve dijital deneyimleri sorunsuz bir şekilde bütünleştiren bir tüketici yolculuğu oluşturmayı ve yalnızca gelişmekte olan şirketlerin yükselişiyle mümkün olan deneyimler yaratmayı içerir (Johnson & Barlow, 2021).

Dijital uygulamalar; müşteri deneyiminde temassız ödeme sistemlerini, etkileşimli dokunmatik ekranları, kesintisiz dijital ödeme sistemlerini ve artırılmış gerçekliği kapsamaktadır. Sonuç olarak, bu tür stratejilerin kullanımı endüstriler arasında geniş bir uygulama alanına sahiptir (eğitim, turizm, bankacılık vb.). Bu çalışmada ise perakende uygulamalarına odaklanılmaktadır.

Literatürde yer alan çalışmaların self servis teknolojilerinin (SST), tüketici davranışları, pazarlama ve bilgi sistemleri alanlarında kullanımı üzerine olduğu görülmektedir. Literatürdeki çalışmalar özellikle bu teknolojiyi kullananların özelliklerini belirlemeye yöneliktir. Bununla birlikte yapılan diğer çalışmalar tüketicilerin SST'lere yönelik tutumunu etkileyen faktörleri belirlemeye yöneliktir (Yoon & Choi, 2020). Literatürde yapılan tüketicilerin SST'lere yönelik tutumlarına etki eden faktörlerin; teknolojinin karakteristik unsurları (algılanan kullanım kolaylığına, algılanan kullanılabilirliğine) ve tüketicinin özellikleri (teknoloji kaygısına) olarak ele alındığı görülmektedir.

Ağırlıklı olarak gıda perakendecileri tarafından kullanılan bu teknolojilerin avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Jet kasa ile kendi kendine ödeme teknolojisinde, kasaların kaplandığı alandan çok daha sınırlı bir alan kullanımı söz konusu olmakta, işlem hızı artmakta, kasada oluşan kuyrukların önüne geçilmekte ve zaman tasarrufu sağlanmaktadır. Bununla birlikte müşterilerin sürece dahil edilerek jet kasada kendi aldıkları ürünleri taraması ve ödeme

yapması müşterilerin tatmin düzeyinin artmasına olanak tanımamaktadır. Jet kasa ile kendi kendine ödeme teknolojisinin avantajlarının yanında dezavantajları da bulunmaktadır ki en belirgin dezavantajı hırsızlıktır. Jet kasa ile kendi kendine ödeme (self-service checkout) teknolojisi Türkiye’de ilk defa 2009 yılında kullanıma başlanmıştır. Jet kasa ile kendi kendine ödemeyle ilişkin açıklanmış net rakamlara ulaşmak mümkün değildir.

Özellikle 2020 yılı itibariyle pandeminin sosyal mesafeyi zorunlu kılması ile birlikte tüketicilerin alışveriş davranışlarında da önemli bir değişiklik olduğu görülmektedir. Sosyal mesafenin zorunlu hale gelmesi ile birlikte tüketiciler, en az temasa olanak veren alışveriş alternatiflerine yönelmişlerdir. Bu da self servis teknolojilerinin, sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının ön plana çıkmasına olanak sağlamıştır.

Self servis teknolojisi (SST), müşterilerin bir hizmeti, otomatik check-in makineleri (ATM’ler), ses işleme ve posta sistemleri gibi doğrudan hizmet çalışanları olmadan bağımsız olarak kullanmalarına olanak tanıyan dijital bir çerçevedir (Moshtagh & Taleizadeh, 2017).

Amazon firması da bu konsepti de uygulamaktadır. Bir müşteri, akıllı telefonu aracılığı ile Amazon Go teknolojisini kullanır ve ürünler raflardan çıkarıldığında veya raflara iade edildiğinde bilgisayar görüşü, sensör füzyonu ve derin öğrenme teknolojilerini otomatik olarak algılar ve ürünleri taramak için bir müşteriye ihtiyaç duymadan sanal bir arabadaki ürünleri izler. Bu Mağazadan ayrılırken müşterilerden ücret alınacak ve cihazlarına otomatik olarak bir makbuz gönderilecektir. Bu yeni teknolojiler, tüketici alışveriş deneyiminde devrim yaratıyor ve gelecekte ne alacağına dair yeni beklentiler oluşturuyor.

### **3. Amazon GO**

Amazon Go bir gıda perakendecisidir. Klasik alışveriş deneyiminden farklı olarak Amazon Go mağazalarında müşterinin ürünü alıp çıkması yeterlidir, zira mağazalarda kasa bulunmamaktadır. Alınan ürünün ücreti doğrudan, müşterinin Amazon hesabınızdan tahsil edilmektedir.

Amazon GO mağazalarında kullanılan yapay zekâ teknolojisi ile hangi ürünün hangi raftan alındığı, ürünü ne zaman aldığı, yerine konulup konulmadığı gibi birçok bilgi çok kısa süre içerisinde işlenebilmektedir. Bu akıllı raf teknolojisi ile mümkün olmaktadır. Bir müşterinin Amazon Go’dan alışveriş yapabilmesi için akıllı cihazlarından herhangi birine Amazon Go uygulamasını yüklemesine, bu uygulamadan bir sanal kart açmasına ihtiyaç bulunmaktadır.

Mağazaya girmeden önce tek yapılması gereken şey, mağaza girişindeki kodu uygulamaya okutmaktır.

Amazon mağazasına giren her müşteri, mağaza girişte etiketlenir. Ziyaretçiler, perakende satış mağazasına girerken akıllı telefonlarını Amazon Go uygulamasının bulunduğu mağazayla eşleştirilir. Müşteri mağazaya girdiğinde, müşteri raftan herhangi bir ürünü aldığı ve çıktıklarında, mağazadan ürünlerle ayrılırken fotoğrafları çekilmektedir. Yüz Tanıma ve müşteriyle ilgili boy, kilo, vb. bilgileri içeren müşteri bilgileri izlenir.

Bu, mağazanın gözetim sisteminin müşteriye tanımlamasını ve böylece müşteri mağaza içinde hareket ederken onu izleyebilmesini sağlar. Kameralar, müşterinin rafların önüne geldiği an, aldığı ürünlerin, alınan ürünün müşterinin elinde mi, yoksa rafta mı kaldığının görüntülerini almaktadır. Raflara yerleştirilen sensörler, ürünün raftan alındığını veya rafa iade edildiğini otomatik olarak algılar ve sanal bir sepette ürünlerin takibini yapar. Her bir Amazon hesabı Kullanıcısı için Sanal Alışveriş sepeti korunur (Wankhede, Wukkadada, & Nadar, 2018).

Amazon Go'nun, Mart 2021 tarihi itibari ile Amerika Birleşik Devletlerinde 32, İngiltere'de 15 mağazası bulunmaktadır.

Amazon Go kullandığı bu teknolojiyi “Yürüyüp Çık Teknolojisi” olarak adlandırmaktadır. Bu teknolojinin sağladığı avantaj ve dezavantajlar bulunmaktadır. Bu teknolojinin kullanımı ile müşterilerin zamandan tasarruf etmesi sağlanırken, farklı iş kolları da ortaya çıkabilecektir. Bununla birlikte mağaza içinde kasiyer ya da personel bulunmaması müşteri ile kurulacak kişilerarası iletişimini etkiler ve bu da hizmet düzeylerini sınırlamaktadır.

#### **4. Literatür Taraması**

Fijital pazarlama alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde, dijital pazarlamanın kavramsallaştırılmasına yönelik çalışmalarda eksiklik olduğu görülebilmektedir. Johnson ve Barlow'un (2021) çalışması, psikolojik ve nörobilim (sinirbilim) perspektiflerini bütünleştiren kapsamlı bir literatür incelemesi yoluyla dijital teknolojilerin fiziksel müşteri deneyimleri üzerindeki etkisinin anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, Klaus (2021) tarafından yapılan çalışmada dijital pazarlama kavramı; müşteri deneyimini yönetebilmek ve çok kanallı pazarlamaya (omnichannel) yeni ve fonksiyonel yapı sağlama avantajları ile tanımlanmaktadır. Batat (2019) pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde başlangıç noktası olarak müşteriye odaklanan bir araç geliştirmiştir. Deneyimsel pazarlama kavramı olarak tanımlanan bu araç 7E; deneyim, değişim, genişletme, vurgu, empati sermayesi, duygusal

fonksiyonlardır (experience, exchange, extension, emphasis, empathy capital, emotional). Batat (2019) her işletmenin karlı dijital müşteri deneyimi sunabilmek için bu 7E aracına odaklanılması gerektiğini belirtmektedir. Bununla birlikte literatür incelendiğinde, dijital pazarlama uygulamalarına yönelik tüketicinin tutum ve isteklerini ölçmeye yönelik çalışma yapılmadığı ancak yapay zekâ teknolojilerini kullanmaya yönelik tüketicilerin tutum ve istekleri ölçülmüştür. Tablo 1’de literatürde yer alan çalışmaların amaç ve literatüre katkıları belirtilmektedir.

**Tablo 1: Literatür Taraması**

Makale Adı	Yazarlar	Yayın Yılı	Çalışmanın Amacı	Çalışma Türü
Dijital Pazarlamadan Fijital Pazarlamaya Geçiş Örneği Olarak Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Gerçeklik Uygulamalarının Pazarlama Üzerindeki Katkılarının İncelenmesi	Necla Köse, Deniz Yengin (Köse & Yengin, 2018)	2018	Çalışma, bireylerin teknolojik yenilikleri benimseyebilme konusunda yaş sınırı taşımadıklarını ve bu yeniliklerin pazarlama üzerindeki etkilerini veya katkılarını incelemeyi hedeflemiştir.	Derleme
Fijital (Phygital) Pazarlama Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme: Amazon Go Örneği	Ömer Çakın, Deniz Yaman (Çakın & Yaman, 2020)	2020	Bu çalışma, dijital pazarlama uygulamalarının kullanım özelliklerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda etkili bir pazarlama yöntemi olarak kabul edilen dijital pazarlama uygulamalarının kullanımını Amazon Go dijital market uygulaması örneğinde değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda Amazon Go dijital market uygulamasının dijital ile fizikselin birlikte harmanlandığı dijital pazarlama unsurlarını taşıdığı görülmüştür.	Derleme
Pazarlamada Yeni Bir Dönem: Fijital Pazarlama	Yasemin Gedik (Gedik, 2021)	2021	Fijital pazarlama ile ilgili geniş bir kavramsal çerçeve oluşturulmaya odaklanılmaktadır. Çalışma, güncel istatistikleri ve dijital pazarlama stratejilerini de paylaşarak ilgili pazarlama kararlarını alırken işletme yöneticilerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.	Derleme
Türkiye’de Fijital (Phygital) Pazarlama Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma: Bref’le Hijyene Yolculuk Projesi Örneği	Arzu Şeker (Şeker, 2021)	2021	Bu çalışmada, Türkiye’de çok az sayıda dijital pazarlama uygulama örneklerinden ilki olan “Bref’le Hijyene Yolculuk Projesi” örnek olay olarak incelenmiştir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak markanın ürün müdürüyle derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiş ve analiz edilmiştir.	Araştırma
Fijital Pazarlama Kapsamında Artırılmış Gerçeklik İçeren Reklam Örnekleri İncelemesi	Ayça Çekiç Akyol, Fikret Tolunay Ersöz (ÇEKİÇ AKYOL & ERSÖZ, 2020)	2020	Bu çalışma, teknolojik gelişmelerden biri olan artırılmış gerçeklik teknolojisinin, dönüşüm gösteren pazarlama alanı içerisindeki yerini ve reklamlarda kullanımını analiz etmek üzerine geliştirilmiştir.	Araştırma
Fijital Pazarlamanın Müşteri Deneyimindeki Rolü	Bahman Huseynli (Hüseyinli, 2021)	2021	Çalışma, kalitatif araştırma kapsamına dahil olup, literatür taraması, sistemli yaklaşım, içerik analizi ve tümevarım yöntemleri kullanılmıştır. Sonuç olarak müşteri deneyiminde kullanılabilecek dijital pazarlama araçları ve onlarla ilgili sistemli bilgiler elde edilmiştir.	Derleme
How Augmented Reality (Ar) Is Transforming The Restaurant Sector: Investigating The Impact Of “Le Petit Chef” On Customers’ Dining Experiences	Wided Batat (Batat, How Augmented Reality (Ar) Is Transforming The Restaurant Sector: Investigating The Impact Of “Le Petit Chef” On Customers’ Dining Experiences, 2021)	2021	Çalışma, Le Petit Chef AG yemek deneyimi adlı bir vaka çalışmasıdır. Araştırmanın bulguları AG’nin tüketicilerin restoran deneyimlerine ilişkin algılarını duygusal boyutlar (beş duyunun yoğunluğu), duygusal boyut (hoşluk) ve davranışsal, sosyal ve entelektüel boyutlar olmak üzere beş boyuta göre olumlu veya olumsuz etkileyebileceğini göstermektedir. Bu boyutlar, müşterinin deneyimini iyileştirebilir ve restoran işletmecileri tarafından pozitifliği artırmak için yönetilebilir.	Araştırma
Pazarlamada Yeni Trend Fijital Pazarlama	Ömer Aydın, Aziz Öztürk (Aydın & Öztürk, 2022)	2022	Bu çalışmada, fiziksel pazarlama, dijital pazarlama ve dijital (phygital) pazarlama kavramları açıklanmış, dünyadan	Derleme

			örneklerle yer verilerek, sonuç ve öneriler bölümü ile sonlandırılmıştır.	
Exploring Phygital Omnichannel Luxury Retailing For Immersive Customer Experience: The Role Of Rapport And Social Engagement	Aniruddha Pangarkar, Vibha Arora, Yupal Shukla (Pangarkar, 2022)	2022	Deneyimli satış görevlileriyle insan etkileşimlerinin fiziksel deneyime nasıl değer kattığına ilişkin araştırma sorusu araştırılmaktadır. Bunu yaparken, ilişki kurmayı, sosyal katılımı artırmada ve güven ve bağlılığı geliştirmede dijital işlevselliğin rolünü açıklayarak araştırma boşluğunu ele alarak lüks pazarlama literatürüne katkıda bulunmaktadır. Lüks perakende yöneticileri ve kıdemli perakende liderleriyle yürütülen 18 derinlemesine nitel araştırma görüşmesi aracılığıyla, fiziksel yeteneklerden yararlanmaya odaklanan eylem geçirilebilir büyümeye yönelik stratejiler oluşturmak için perakende firmalarındaki yöneticilere ve uygulayıcılara rehberlik edilmektedir.	Araştırma
Cross-Channel Effects Of Omnichannel Retail Marketing Strategies: A Review Of Extant Data-Driven Research	Ahmed Timoumi, Manish Gangwar, Murali K.Mantrala (Timoumi, Gangwar, & K.Mantrala, 2022)	2022	Yazarlar, çok kanallı perakende pazarlama stratejilerinin perakende içi çapraz kanal etkileri hakkında bildiklerimizi, daha iyi bilmemiz gerekenleri ve henüz bilmediklerimizi değerlendirmek için son 20 yılda ortaya çıkan 50 ampirik perakende araştırma makalesini gözden geçirmiştir.	Derleme
Phygital Technologies And Environments For Breakthrough Innovation In Customers' And Citizens' Journey. A Critical Literature Review And Future Agenda	Pasquale Del Vecchio, Giustina Secundo, Antonello Garzoni (Del Vecchio, Secundo, & Garzoni, 2023)	2023	Araştırma, dijital teknolojilerin fiziksel dünyayı nasıl dönüştürdüğünü belirlemek için fiziksel çevrenin umut verici rolü hakkındaki tartışmanın mevcut durumunu analiz etmeye çalışıyor. Bu amaçla, kuruluşları müşteri deneyimlerini iyileştirmeye zorlayan Covid-19 salgını nedeniyle müşteri deneyiminin nasıl bir değişim geçirdiğini belirlemek için eleştirel bir literatür taraması yapılmıştır.	Derleme

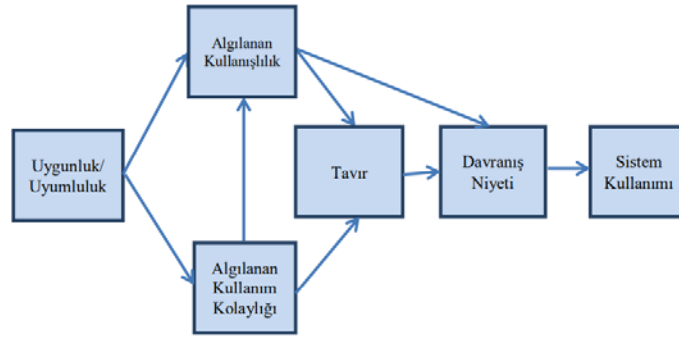
## 5. Teknoloji Kabul Modeli

Teknoloji Kabul Modeli (TKM), 1986 yılında Fred Davis tarafından ortaya konulmuştur. Model, kullanıcıların teknolojiyi kabulünü etkileyen faktörlerin araştırılmasında baskın bir model haline gelmiştir. TKM, sistem özellikleri (dış değişkenler) ve potansiyel sistem kullanımı arasındaki karmaşık ilişkide algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda olarak adlandırılan iki değişkeni temel alır. TKM'nin temelini Ajzen ve Fishbein'in 1980 yılında geliştirdiği "Gerekçeli Eylem Teorisi (GET) ve Planlanmış Davranış Teorisi (PDT) oluşturmaktadır. TKM oluşturulurken, GET algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, kullanıcıların tutum, niyet ve gerçekleşen davranışları arasındaki ilişkileri değerlendirerek teknoloji ve insanların bu teknolojileri benimsemesi arasındaki bağlantıyı açıklamak için kullanılmıştır (Davis, 1989). Teknoloji Kabul Modeli Şekil 1'de belirtilmiştir.

Teknolojinin algılanan kullanımını ölçmek için Davis'in Teknoloji Kabul Modeli (TKM) (1986) en önemli ve güçlü yaklaşım olarak kabul edilmektedir. TKM, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının, tüketicilerin teknolojiye yönelik davranışlarını etkilediğini belirtmektedir.



### Şekil 1: Teknoloji Kabul Modeli



**Kaynak:** Davis (1989)

Davis, bir sistemin gerçek kullanımının bir davranış olduğunu ve bu nedenle GET ve PDT'nin bu davranışın açıklanması ve tahmin edilmesi için uygun modeller olacağını belirtmiştir. Ancak Davis, GET ve PDT modellerinde iki ana değişiklik önermiştir. İlk olarak, gerçek bir davranışı tahmin etmede öznel normu dikkate almamış ve sadece kişinin davranışa yönelik tutumunu dikkate almıştır. İkinci olarak, bir kullanıcının bir sistemin kullanımına yönelik tutumunu tahmin etmeye yetecek kadar yeterli olan iki farklı inanç olan, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığını tanımlamıştır.

Fred Davis, 1986 yılında teknoloji kabulü için kavramsal modeli oluşturmuştur. Sistemin gerçek kullanımının, gerçek sistemin özelliklerinden ve yeteneklerinden oluşan bir dış uyaran tarafından doğrudan etkilenen kullanıcı motivasyonu ile açıklanabilecek veya tahmin edilebilecek bir yanıt olduğunu öne sürmüştür. Davis 1989 yılında kullanıcının motivasyonunun üç faktörle açıklanabileceğini öne süren TKM'yi önermek için kavramsal modelini daha da geliştirerek kullanıcının motivasyonunu açıklamak için, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda ve kullanıma yönelik tutum olmak üzere üç faktörü belirlemiştir.

Bu çalışmada, müşterilerin özellikle perakende sektöründe yapay zeka teknolojilerini kullanıma yönelik niyeti araştırılması sebebiyle, TKM'nin boyutlarından yararlanılması gereği ortaya çıkmıştır. Çalışmada, Teknoloji Kabul Modelinde yer alan "Algılanan Fayda" ve "Algılanan Kullanım Kolaylığı" değişkenlerinin yapay zeka teknolojilerinin kullanım niyeti üzerine etkisi araştırılmıştır.

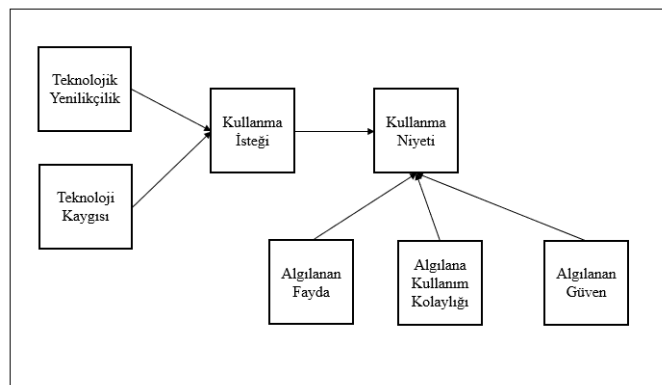
## 6. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı; dijital pazarlama uygulamalarına yönelik tüketicilerin kullanma istek ve tutumlarına etki eden faktörleri belirleyebilmektir. Bu kapsamda Teknoloji Kabul Modeli boyutları, teknolojik yenilikçilik ve teknoloji kaygısı değişkenlerinin, Amazon Go Örneği üzerinden, tüketicilerin dijital pazarlama uygulamalarını kullanma istek ve tutumlarına etkisi araştırılmıştır. Bu çalışmada Teknoloji Kabul Modeli boyutlarından Algılanan Fayda ve Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Algılanan Güven, Teknolojik Yenilikçilik ve Teknoloji Kaygısı değişkenleri arasındaki ilişki Amazon Go örneği üzerinden araştırılmıştır. Araştırmanın örnek kütlesi 18 yaşından büyük toplam 157 kişiden oluşmaktadır. Veriler, kapalı uçlu sorulardan oluşan bir çevrimiçi araştırma formu ile toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS yazılımı kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yapay zeka teknolojilerin, kullanmaya yönelik, teknoloji kabul modeli alt boyutları olan algılanan fayda, algılanan güven ve teknolojik yenilikçiliğin tüketicilerin yapay zeka teknolojileri kullanma niyeti üzerinde pozitif bir etkisi olduğu görülmüştür

## 7. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın amacı perakende sektöründe yapay zeka uygulamalarının, Teknoloji Kabul Modeli kapsamında, tüketicilerin kullanım niyeti ve isteği üzerindeki rolü belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 2: Araştırma Modeli



Araştırmanın ana kütlesi 18 yaşından büyük ve en az bir kez satın alma gerçekleştirmiş tüketicilerden oluşmaktadır. Örnek kütle seçiminde tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Google Forms üzerinden hazırlanan anket 157 tüketiciye iletilmiştir. Veri toplama da kullanılan anket formunda 42 soru yer almaktadır. Anket

formunda tüketicilerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla sorular yer almaktadır. Araştırmada katılımcılara yapay zeka teknolojisi kullanma isteği, yapay zeka teknolojileri kullanma niyeti, teknolojik yenilikçilik, teknoloji kaygısı, yapay zeka teknolojisi kullanımının algılanan faydası ve algılanan kullanım kolaylığı değişkenlerini ölçebilmek amacıyla 5’li Likert Formatında çeşitli ifadeler yöneltilmiştir. Araştırmada yapay zeka teknolojisi kullanma isteği, Lin ve Hsieh (2007) ve Lian (2018) tarafından geliştirilen 6 ifade içeren ölçek ile ölçülmüştür. Yapay zeka teknolojileri kullanma niyeti, Schierz vd. (2010) tarafından geliştirilen 4 ifade içeren ölçekle, teknolojik yenilikçilik Lee and Lyu (2019) tarafından geliştirilen 5 ifade içeren ölçekle, teknoloji kaygısı yenilikçilik Lee and Lyu (2019) tarafından geliştirilen 9 ifade içeren ölçekle, algılanan fayda Teoh ve diğ. (2013) tarafından geliştirilen 4 ifade içeren ölçekle, algılanan kullanım kolaylığı Har Lee, Cyril Eze ve Oly Ndubisi (2011) tarafından geliştirilen 5 ifade içeren ölçekle, algılanan güvenlik Luarn ve Lin (2005), Parasuman ve diğ. (2005) tarafından geliştirilen 5 ifade içeren ölçek ile ölçülmüştür. Şekil 1’de yer alan araştırma modeli dikkate alındığında araştırmanın hipotezleri aşağıdaki biçimde oluşturulmuştur;

H<sub>1</sub>: Teknolojik yenilikçilik ile yeni teknoloji kullanma isteği arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Teknoloji kaygısı ile yeni teknoloji kullanma isteği arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Algılanan fayda ile yeni teknolojileri kullanma niyeti arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Algılanan kullanım kolaylığı ile yeni teknolojileri kullanma niyeti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>5</sub>: Algılanan fayda ile yeni teknolojileri kullanma niyeti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>6</sub>: Algılanan güven ile yeni teknolojileri kullanma niyeti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

### **7.1. Demografik Bulgular**

Araştırmaya katılan kişilere ilişkin demografik özellikler Tablo 1’de gösterilmiştir. Demografik özellikler incelendiğinde, katılımcıların büyük bölümünün kadın (%68,8) olduğu, yaş dağılımı incelendiğinde katılımcıların yarısından fazlasının 18-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların %68’i üniversite (lisans ve lisansüstü) mezundur.

**Tablo 2: Demografik Bulgular**

Cinsiyet	Frekans (f)	Yüzdellik Dilim (%)	Eğitim	Frekans (f)	Yüzdellik Dilim (%)
Kadın	108	68,8	İlköğretim	1	0,6
Erkek	49	31,2	Lise	6	3,8
			Önlisans	43	27,4
			Lisans	69	43,9
			Yüksek Lisans	33	21,0
			Doktora	5	3,2
			<b>Meslek</b>	<b>Frekans (f)</b>	<b>Yüzdellik Dilim (%)</b>
			Öğrenci	57	36,3
			Kamu sektör çalışanı	32	20,4
			Özel sektör çalışanı	45	28,7
			Ev hanımı	6	3,8
			Emekli	17	10,8

## 7.2. Güvenilirlik ve Faktör Analizler

Araştırmanın modelinde yer alan değişkenlere ilişkin kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Güvenilirlik analizi için sosyal bilimler alanında 0,70 ve üzerinde yer alan değerler yeterli olarak kabul edilmektedir (Nunnally, 1994).

Teknolojik yenilikçilik, teknoloji kaygısı, algılanan güvenlik, teknoloji kabul modeli kapsamında incelenen; algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı boyutları, yapay zeka teknolojileri kullanma isteği, yapay zeka teknolojileri kullanma niyeti değişkenlerine ait gerçekleştirilen güvenilirlik analizlerinde, 0,8 değerinin üzerinde sonuçlar elde edilmiştir. Yapay zekâ teknolojileri kullanma isteği değişkeninin güvenilirliğini azaltan bir ifade araştırmadan çıkartılmıştır. Güvenirlilik analizi sonrasında gerçekleştirilen faktör analizlerinde

elde edilen KMO testi sonuçları incelendiğinde, ilgili ölçeklerin faktör analizi gerçekleştirmek için yeterli örneğe sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmada kullanılan tüm değişkenlerin KMO testi değeri 0,7'nin üzerindedir. Araştırma yer alan değişkenlerin alt boyutları analizlerde ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Örneğin Teknoloji Kabul Modelinde yer alan algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı alt boyutları analizde iki bağımsız alt değişken olarak incelenmiştir. Bununla birlikte araştırmada yer alan diğer değişkenler tek boyutlu olmaları nedeniyle bu halleriyle analize dahil edilmişlerdir.

**Tablo 3: Güvenilirlik ve Faktör Analizi Değerleri**

Değişken	Boyutlar	Ölçek	Cronbach Alpha	KMO	Varyans	Faktör Yükleri
Yapay Zeka Teknolojileri Kullanma İsteği	ytkullanmaistegi1	Lin ve Hsieh (2007) ve Lian (2018)	0,819	0,818	79,497	0,959
	ytkullanmaistegi3					0,848
	ytkullanmaistegi4					0,999
	ytkullanmaistegi5					0,904
	ytkullanmaistegi6					0,855
Yapay Zeka Teknolojileri kullanma Niyeti	ytkullanmaniyeti1	Schierz vd. 2010	0,936	0,836	75,694	0,997
	ytkullanmaniyeti2					0,988
	ytkullanmaniyeti3					0,931
	ytkullanmaniyeti4					0,987
Teknolojik Yenilikçilik	tekyenilicilik1	Lee and Lyu (2019)	0,906	0,821	86,906	0,935
	tekyenilicilik2					0,899
	tekyenilicilik3					0,988
	tekyenilicilik4					0,93
	tekyenilicilik5					0,865
Teknoloji Kaygısı	tekkaygi1	Lee and Lyu (2019)	0,926	0,914	92,276	0,864
	tekkaygi2					0,661
	tekkaygi3					0,784
	tekkaygi4					0,835
	tekkaygi5					0,835
	tekkaygi6					0,776
	tekkaygi7					0,809
	tekkaygi8					0,782
	tekkaygi9					0,77
Algılanan Güvenlik	alggüvenlik1	Luarn ve Lin,2005; Parasuraman vd. (2005)	0,965	0,901	97,557	0,955
	alggüvenlik2					0,974
	alggüvenlik3					0,949
	alggüvenlik4					0,999
	alggüvenlik5					1
Algılanan Fayda	algfayda1		0,92	0,847	95,31	0,973

	algfayda2	Battat (1989), Teoh ve diğ. (2013).				0,876
	algfayda3					0,963
	algfayda4					1
Algılanan Kullanım Kolaylığı	algkulkolaylığı1	Battat (1989), Har Lee, Cyril Eze ve Oly Ndubisi (2011)	0,959	0,903	96,258	0,995
	algkulkolaylığı2					0,948
	algkulkolaylığı3					0,923
	algkulkolaylığı4					0,95
	algkulkolaylığı5					0,997

**Tablo 4: Ölçek Boyutlarına Ait Betimleyici İstatistikler**

	Ortalama	Standart Sapma
Teknoloji Kaygısı	2,31	1,02
Teknolojik Yenilikçilik	3,10	1,21
Kullanma İsteği	3,51	0,97
Kullanma Niyeti	3,65	1,18
Algılanan Güven	3,37	1,16
Algılanan Fayda	3,91	0,96
Algılanan Kullanım Kolaylığı	3,91	0,97

Tablo 4’de tüketicilerin yapay zeka teknolojilerini kullanma istek ve niyeti, teknoloji kabul modeli kapsamında yararlanılan algılanan fayda, algılanan kullanma kolaylığı ve algılanan güven ölçeklerine ait boyutların betimleyici istatistikleri belirtilmiştir. 5’li Likert formatında hesaplanan değerlere göre teknoloji kaygısı değişkeni dışındaki değişkenlerin ortalamasının üzerinde bir değere sahiptir. Algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının yapay zekâ teknolojileri kullanma niyetinde en önemli boyut olduğu görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda araştırmada yararlanılan değişkenler ile yapılan korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Teknolojik yenilikçilik, teknoloji kaygısı, yapay zeka teknolojileri kullanma isteği , yapay zeka teknolojileri kullanma niyeti, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda faktörleri ile aralarındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizi sonuçları tabloda yer almaktadır.

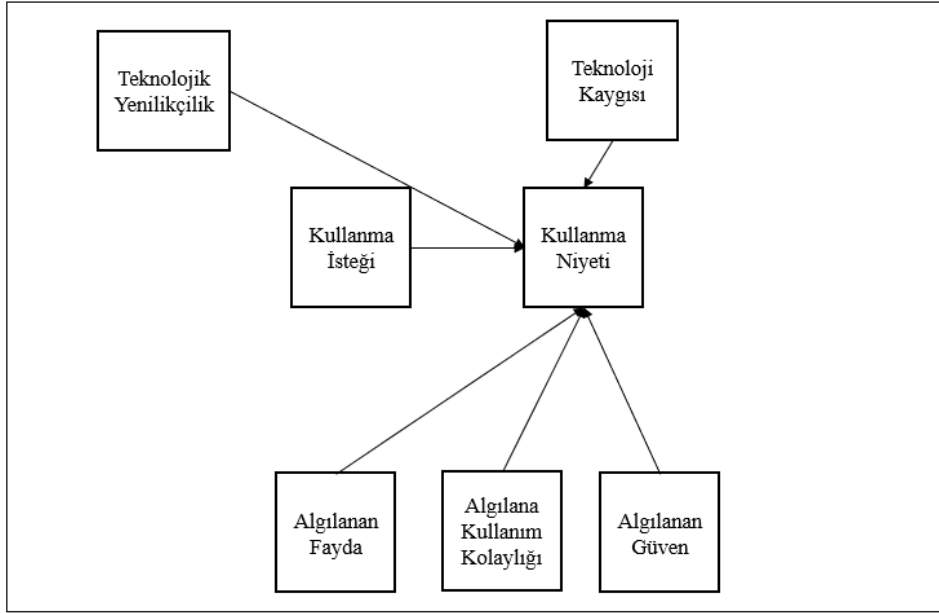
Korelasyon analizi sonucunda; teknoloji kaygısı değişkeni ile diğer değişkenler için gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda, teknoloji kaygısı değişkeni ile teknolojik yenilikçilik, kullanma isteği, algılanan fayda, algılanan güvenlik faktörlerinin önem dereceleri 0,05'in üstünde çıkmıştır. Bu nedenle bu faktörler arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenememektedir.

**Tablo 5 : Korelasyon Analizi Sonuçları**

		<b>Teknoloji Kaygısı</b>	<b>Teknolojik Yenilikçilik</b>	<b>Kullanma İsteği</b>	<b>Kullanma Niyeti</b>	<b>Algılanan Fayda</b>	<b>Algılanan Kullanım Kolaylığı</b>	<b>Algılanan Güvenlik</b>
Teknoloji Kaygısı	Pearson Correlation	1	-0,115	-0,129	-,197*	-0,145	-,268**	-0,098
	Sig. (2-tailed)		0,153	0,108	0,014	0,071	0,001	0,224
Teknolojik Yenilikçilik	Pearson Correlation	-0,115	1	,569**	,601**	,530**	,541**	,570**
	Sig. (2-tailed)	0,153		0	0	0	0	0
Kullanma İsteği	Pearson Correlation	-0,129	,569**	1	,804**	,676**	,600**	,682**
	Sig. (2-tailed)	0,108	0		0	0	0	0
Kullanma Niyeti	Pearson Correlation	-,197*	,601**	,804**	1	,715**	,664**	,717**
	Sig. (2-tailed)	0,014	0	0		0	0	0
Algılanan Fayda	Pearson Correlation	-0,145	,530**	,676**	,715**	1	,730**	,730**
	Sig. (2-tailed)	0,071	0	0	0		0	0
Algılanan Kullanım Kolaylığı	Pearson Correlation	-,268**	,541**	,600**	,664**	,730**	1	,633**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0	0	0	0		0
Algılanan Güvenlik	Pearson Correlation	-0,098	,570**	,682**	,717**	,730**	,633**	1
	Sig. (2-tailed)	0,224	0	0	0	0	0	

Gerçekleştirilen faktör analizleri ve korelasyon analizleri sonucunda elde edilen bulgular dikkate alındığında araştırma modeli de Şekil 2'de gösterildiği üzere yeniden düzenlenmiştir. Revize edilen model doğrultusunda araştırma hipotezleri de güncellenmiştir.

**Şekil 3: Revize Edilmiş Araştırma Modeli**



H<sub>1</sub>: Teknolojik yenilikçilik ile yeni teknoloji kullanma isteği arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>2</sub>: Teknolojik yenilikçilik ile yeni teknoloji kullanma niyeti arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Teknoloji kaygısı ile yeni teknoloji kullanma niyeti arasında anlamlı negatif bir ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Algılanan fayda ile yeni teknolojileri kullanma niyeti arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>5</sub>: Algılanan fayda ile yeni teknolojileri kullanma isteği arasında anlamlı pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>6</sub>: Algılanan kullanım kolaylığı ile yeni teknolojileri kullanma niyeti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>7</sub>: Algılanan kullanım kolaylığı ile yeni teknolojileri kullanma isteği arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>8</sub>: Algılanan güven ile yeni teknolojileri kullanma niyeti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H<sub>9</sub>: Algılanan güven ile yeni teknolojileri kullanma isteği arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.



### 7.3. Regresyon Analizi

Tablo’da yer alan hiyerarşik regresyon analizi sonuçları incelendiğinde tüketicilerin perakende mağazalarında yapay zeka teknolojileri kullanma niyeti bağımlı değişken olarak ele alındığı görülmektedir. Analize dahil edilen bağımsız değişkenler; teknolojik yenilikçilik, teknoloji kaygısı, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan güven ve kullanma isteğidir. VIF değerleri incelendiğinde hiçbir regresyon modelinde çoklu doğrusallık durumunun bulunmadığı belirlenmiştir.

Bağımsız değişkenlerden teknoloji kaygısı ve algılanan kullanım kolaylığı ile bağımlı değişken olan kullanma niyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Beta değerleri incelendiğinde Teknoloji kaygısı bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu görülmüş, diğer değişkenlerde herhangi bir negatif etki olduğu görülmemiştir.

**Tablo 6: Regresyon Analizi Sonuçları**

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Beta	p değeri	VIF	Anova
Yapay Zekâ Teknolojilerini Kullanma Niyeti	Teknolojik Yenilikçilik	0,114	0,042	1,71	0
	Teknoloji Kaygısı	-0,07	<b>0,172</b>	1,09	0
	Yapay Zekâ Teknolojilerini Kullanma İsteği	0,415	0	2,31	0
	Algılanan Fayda	0,142	0,044	2,98	0
	Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,115	<b>0,108</b>	2,52	0
	Algılanan Güven	0,204	0,016	2,66	0

$$R=0,852 \quad R^2 =0,726 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0,716$$

Tablo 6’da yer alan regresyon analizi sonuçları incelendiğinde tüketicilerin perakende mağazalarında yapay zeka teknolojilerini kullanma niyetinin bağımlı değişken olarak ele alındığı görülmektedir. Analize dahil edilen bağımsız değişkenler; teknolojik yenilikçilik, teknoloji kaygısı, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan güvendir.

Yapılan regresyon analizi sonucunda istatistiksel anlamlılık seviyeleri incelendiğinde, teknolojik yenilikçilik, yapay zeka kullanma teknolojileri kullanma isteği, algılanan fayda ve algılanan güven değişkenlerinin anlamlılık seviyeleri 0,005’den düşük olduğu ve söz konusu bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkende anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir. Analizin sonucunda bağımlı değişkenin açıklanma oranlarının ( $R^2$ ) %71,1 olduğu

görülmektedir. Sadece “teknoloji kaygısı” bağımsız değişkeni ve “algılanan kullanım kolaylığı” bağımsız değişkeni ile bağımlı değişken (algılanan kullanım kolaylığı) arasında anlamlı bir ilişki edilememiştir. Beta değerleri incelendiğinde ise teknoloji kaygısı bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde tespit negatif bir etkiye sahip olduğu, diğer bağımsız değişkenlerin ise bağımlı değişken üzerinde negatif bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. Tablo 6’da da görüldüğü üzere; modeldeki bağımsız değişkenler, bağımlı değişkendeki varyansın %71,6’sını açıklamaktadır.

**Tablo 7: Regresyon Analizi Sonuçları**

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	Beta	p değeri	VIF	Anova
Yapay Zekâ Teknolojilerini Kullanma İsteği	Teknolojik Yenilikçilik	0,081	<b>0,216</b>	1,724	0
	Teknoloji Kaygısı	0,048	<b>0,36</b>	1,1	0
	Yapay Zekâ Teknolojilerini Kullanma Niyeti	0,566	0	2,797	0
	Algılanan Fayda	0,148	<b>0,093</b>	3,094	0
	Algılanan Kullanım Kolaylığı	0,003	<b>0,971</b>	2,564	0
	Algılanan Güven	0,81	<b>0,325</b>	2,706	0

$$R=0,791 \quad R^2 =0,626 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0,612$$

Tablo 7’de yer alan regresyon analizi sonuçları incelendiğinde tüketicilerin perakende mağazalarında yapay zeka teknolojilerini kullanma isteği bağımlı değişken olarak ele alındığı görülmektedir. Analize dahil edilen bağımsız değişkenler; teknolojik yenilikçilik, teknoloji kaygısı, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan güvendir.

Yapılan regresyon analizi sonucunda istatistiksel anlamlılık seviyeleri incelendiğinde, yapay zeka kullanım niyeti dışındaki tüm bağımsız değişkenlerin anlamlılık seviyeleri 0,005’den büyük olduğu ve söz konusu bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkende anlamlı bir etkiye sahip olmadığı söylenebilmektedir.

Elde edilen sonuçlar araştırma hipotezlerini desteklemektedir. Teknoloji kabul modelinin alt boyutlarından algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı dikkate alındığında, h3 ve h4 desteklenirken, h5, h6 ve h7 desteklenmemektedir. Teknolojik yenilikçilik boyutunda h2 desteklenirken, h1 desteklenmemektedir. Algılanan güven boyutu dikkate alındığında h8 desteklenirken, h9 desteklenmeyerek reddedilmektedir.

Çalışma sonucunda teknolojik yenilikçilik ile tüketicilerin perakende sektöründe yapay zekâ teknolojileri kullanma isteği arasında anlamlı bir ilişki bulunamazken, kullanma niyeti ile teknolojik yenilikçilik arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Teknoloji kaygısı ile tüketicilerin perakende sektöründe yapay zekâ teknolojileri kullanma isteği ve niyeti arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu, analiz sonuçlarına göre tespit edilmiştir. TKM'nin boyutlarından algılanan kullanım kolaylığı ile tüketicilerin perakende sektöründe yapay zekâ teknolojileri kullanma isteği ve niyeti arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu, algılanan fayda ile ise kullanım isteği arasında anlamlı bir ilişki bulunamazken kullanım niyeti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Algılanan güven boyutu ile yapay zekâ teknolojileri kullanma niyeti arasında da yine anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

## 8. Sonuç

Fijital pazarlama uygulamaları pazarlama literatüründe önemi giderek artan bir konudur. Müşteri deneyiminin son dönemde kazandığı önemle birlikte, fijital pazarlama uygulamaları daha çok gündeme gelecektir. Fijital pazarlama uygulamaları, müşteri deneyimini iyileştirmede ve müşteri verisini toplamada oldukça önemli bir konuma gelmiştir. Fijital pazarlama, mağaza içi ve çevrimiçi alışveriş arasında geçiş yapabilecek potansiyel müşterilerle iletişim kurmayı sağlayan bir araçtır.

Özellikle pandemiden sonra içerisinde bulunduğumuz son küresel durum tüketici davranışının önemli ölçüde değişmesine neden oldu. On yıllık dijital benimseme sürecini bir yıl içinde hızlandırarak tüketicileri ve işletmeleri yeni dijital davranışları benimsemeye zorlamıştır. Fijital perakendecilik, müşterilerin alışveriş kanalını, ödeme türünü ve hatta siparişi teslim alma türünü seçmesine tanır. Bu türdeki kolay ve hızlı bir sanal alışveriş deneyimi, bir müşterinin beklediği türde bir hizmettir.

Literatür incelendiğinde, fijital pazarlama alanındaki çalışmaların fijital pazarlama ve fijital perakendeciliği kavramsallaştırmaya yönelik olduğu görülmektedir ancak fijital pazarlama uygulamalarına yönelik tüketicilerin tutumlarını ve isteklerini anlamak adına çok az çalışma yapılmıştır. Bu anlamda söz konusu çalışma tüketicilerin yapay zeka teknolojilerini kullanmaya yönelik niyetini etkileyen faktörler araştırılmıştır. Bu kapsamda Teknoloji Kabul Modeli'nin alt boyutları dikkate alınmıştır. Tüketicinin satın alma sürecinde yapay zeka teknolojilerini kullanımında elde edeceği fayda ve güvenin, söz konusu teknolojileri kullanma niyeti üzerinde

pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte teknolojik yenilikçilik ile de kullanım niyeti arasında da pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.

Tüketicilerin dijital pazarlama uygulamalarına yönelik kullanım niyetlerine etki eden tüm faktörler bunlarla sınırlı değildir. Dolayısıyla farklı sektörlerde daha kapsamlı analizler yaparak, işletmelere benimseyecekleri stratejiler kapsamında yol göstermek daha doğru olacaktır.

Bundan sonraki çalışmalarda tüketicilerin webrooming ya da showrooming niyetine etki eden faktörler ile dijital pazarlama uygulamalarına yönelik tutumları arasındaki ilişki araştırılabilir. Bu çalışma sonucunda elde edilen sonuçların farklı tüketici grupları ve farklı zamanlarda tekrarlanması ve bu çalışmalardan sağlanacak verilerle kıyaslanması ile, pazarlama literatürü için konunun kapsamı daha net belirlenebilecektir.

### **Kaynakça**

- Aydın, Ö., ve Öztürk, A. (2022). Pazarlamada yeni trend dijital pazarlama araştırmalar (e-kitap) 1v. M. Kısa içinde, *sosyal beşeri ve idari bilimler alanında uluslararası* (s. 155-167). İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Batat, W. (2019). *Experiential marketing: Consumer behavior, customer experience*. Londra: Routledge.
- Batat, W. (2021). How Augmented Reality (Ar) Is Transforming The Restaurant Sector: Investigating The Impact Of “Le Petit Chef” On Customers’ Dining Experiences. *Technological Forecasting and Social Change*, 2-13.
- Çakın, Ö., ve Yaman, D. (2020). Dijital (Phygital) Pazarlama Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme: Amazon Go Örneği. *Middle Black Sea Journal of Communication* , 1-10.
- Çekiç Akyol, a., ve ersöz, f. (2020). Dijital pazarlama kapsamında artırılmış gerçeklik. *Dijital çağda iletişim eğitimi sempozyumu* (s. 59-69). İstanbul: üsküdar üniversitesi.
- Davis, F. (1989, January). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems. *Doctoral Dissertation*. MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.
- Del Vecchio, P., Secundo, G., ve Garzoni, A. (2023). Phygital technologies and environments for breakthrough innovation in customers' and citizens' journey. A critical literature review and future agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 2-12.
- Drell, L. (2022). *The experience economy*. The American Marketing Association.

- Gedik, Y. (2021). Pazarlamada Yeni Bir Dönem: Fijital Pazarlama. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 99-131.
- Haenlein, M., ve Kaplan, A. (2019). A brief history of artificial intelligence: on the past, present, and future of artificial intelligence. *California Management Review*, 5-14.
- Humerick, M. (2018). Taking AI personally: how the E.U. Must learn to balance the interests of personal data privacy and artificial intelligence. *Santa Clara High Technology Law Journal*, 393-418.
- Hüseyinli, B. (2021). Fijital pazarlamanın müşteri deneyimindeki rolü. B. Hüseyinli içinde, *İşletme Biliminden Seçkin Araştırmalar* (s. 52-83). İzmir: Duvar Yayınları.
- Jaworski, B. (2018). Reflections on the journey to be customer-oriented and solutions-led. *AMS Review*, 8, 75-79.
- Johnson, M., ve Barlow, R. (2021). Defining the Phygital Marketing Advantage. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 2365-2385.
- Klaus, P. (2021). Viewpoint: phygital – the emperor’s new clothes? *Journal of Strategic Marketing*, 1-8.
- Köse, N., ve Yengin, D. (2018). Dijital pazarlamadan fijital pazarlamaya geçişe örnek olarak artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamalarının pazarlama üzerindeki katkılarının incelenmesi. *İstanbul aydın üniversitesi dergisi*, ocak 2018 cilt 10 sayı 1 (77-111).
- Makridakis, S. (2017). Forecasting the impact of artificial intelligence (AI). *Foresight: The International Journal of Applied Forecasting*, 7-13.
- Meuter, M., Ostrom, A., Roundtree, R., ve Bitner, M. (2000). Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction with Technology-Based Service Encounters. *J. Mark.*
- Moshtagh, M., ve Taleizadeh, A. (2017). Stochastic integrated manufacturing andremanufacturing model with shortage, rework and quality based return rate in a closed loop supply chain. *Journal of Cleaner Production*, 1548-1573.
- Nunnally, J. (1994). *Psychometric Theory 3E*. Tata McGraw-Hill Education.
- Pangarkar, A. (2022). Exploring phygital omnichannel luxury retailing for immersive customer experience: The role of rapport and social engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2-11.

- Radhika , P., ve Pratika , M. (2022). A Review of AI (Artificial Intelligence) Tools and Customer Experience in Online Fashion Retail. *International Journal of E-Business Research*, 1-12.
- Schmitt, B. (2019). *Experiential Marketing*. Free Press.
- Şeker, A. (2021). Türkiye’de Fijital (Phygital) Pazarlama Uygulamaları Üzerine. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 187-206.
- Timoumi, A., Gangwar, M., ve K.Mantrala, M. (2022). Exploring phygital omnichannel luxury retailing for immersive customer experience: The role of rapport and social engagement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2-11.
- Vergine, I., Brivio, E., Fabbri, T., ve Gaggioli, A. (2019). Introducing and implementing phygital at work. *Studi Organizzativi* , 137-163.
- Wankhede, K., Wukkadada, B., ve Nadar, V. (2018). Just Walk-Out Technology and its Challenges:A case of Amazon Go. *The International Conference on Inventive Research in Computing Applications*.
- Yoon, C., ve Choi, B. (2020). Role of Situational Dependence in the Use of Self-Service Technology. *Sustainability*, 2-12.

# beykozakademi

DERGİSİ

CİLT 11 - SAYI 01  
YIL 2023



E-ISSN 2651-5393

www.beykoz.edu.tr • 0216 912 22 52

 /beykoz.edu.tr

ISSN 2651 - 5393



9 772147 808009 >